

Treball de fi de grau

Títol

La evolución de la mujer periodista en España desde 2006 hasta 2018

Autor/a

Paula Gómez Segura

Tutor/a

Rosa Oliva

Grau

Grado de Periodismo

Data

1 de Junio de 2018

Full Resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

La evolución de la mujer periodista en España desde 2006 hasta 2018

Autor/a:

Paula Gomez Segura

Tutor/a:

Rosa Oliva

Any:

2018

Titulació:

Grado de Periodismo

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Dones, periodistes, desigualtat

Castellà:

Mujeres, periodistas, desigualdad

Anglès:

Woman, journalists, inequality

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

En aquest treball d'investigació s'ha analitzat a diferents mitjans de comunicació espanyols, dos canals de televisió, dos canals de ràdio, dos mitjans digitals i dos mitjans de premsa escrita. L'objectiu d'aquest treball és comprovar la desigualtat laboral a la qual estan sotmeses les dones periodistes, esbrinar els motius, els avenços i els camins possibles per trobar les solucions a aquestes desigualtats. Per això, també s'han entrevistat a periodistes que juguen un paper essencial en el món de la comunicació a Espanya.

Castellà:

En este trabajo de investigación se ha analizado diferentes medios de comunicación españoles, dos canales de televisión, dos canales de radio, dos medios digitales y dos medios de prensa escrita. El objetivo de este trabajo es comprobar la desigualdad laboral a la que están sometidas las mujeres periodistas, averiguar los motivos, los avances y los caminos posible para encontrar soluciones a estas desigualdades. Por ello, también se han entrevistado a periodistas que juegan un papel esencial en el mundo de la comunicación en España.

Anglès:

In this research work we have analyzed different Spanish media, two television channels, two radio channels, two digital media and two print media. The objective of this work is to verify the labor inequality to which women journalists are subjected, to find out the reasons, the advances and the possible ways to find solutions to these inequalities. Therefore, journalists who play an essential role in the world of communication in Spain have also been interviewed.

ÍNDICE

1. Introducción	2
2. Metodología	5
3. Marco teórico	7
3.1 Contextualización histórica de la mujer en el periodismo español	7
3.2 Licenciados en Periodismo en España desde 2006 a 2015.....	12
3.3 La mujer: Realidad transmitida por los medios de comunicación de masas	13
3.4 La importancia de las noticias y de quien las reproduce.....	21
4. Investigación de campo	28
4.1 Datos obtenidos de los medios de comunicación	28
4.1.1 Datos obtenidos de las cadenas de televisión y emisoras de radio	28
4.1.2 Datos obtenidos de los medios de prensa escrita y digital	52
4.2 Entrevistas.....	61
4.2.1 Experiencia personal.....	62
4.2.2 La Brecha Salarial.....	64
4.2.3 La conciliación del trabajo con la familia	68
4.2.4 Las mujeres en puestos directivos	74
4.2.5 La presencia de las mujeres en:.....	78
4.2.6 ¿Dónde acaban la mayoría de las mujeres licenciadas en Periodismo en España?.....	84
4.2.7 Cómo afecta la edad en las mujeres periodistas	85
4.2.8 El 8 de marzo de 2018, un punto de inflexión en la lucha por la igualdad en España.....	86
5. Conclusiones	89
6. Bibliografía.....	107
7. Anexos.....	111

1. Introducción

El periodismo es una profesión donde la participación y la influencia de la mujer ha estado marcada por los estereotipos que marcan los diferentes géneros. La presencia de la mujer se instauró tarde y aun actualmente, su presencia no es paritaria, tal y como queda demostrado en el análisis de los medios de comunicación escogidos para desarrollar este trabajo de investigación.

Tal y como se establece en un estudio reciente (Angulo, 2017), “a comienzos del siglo XX, especialmente en los primeros treinta años, previos a la Guerra Civil Española, la mujer se fue afianzando en la prensa española.” “Las mujeres que se dedicaban al periodismo en aquella época se consideraban una excepción, cuando no una excentricidad. El recorrido que se vieron obligadas a realizar pasaba, en primer lugar, por salir del espacio privado que se les había asignado, para adentrarse en los espacios públicos de socialización: salones, cafés, academias o tertulias. Y, de ahí, a las redacciones y a los distintos ámbitos de poder.”

Más de cien años después de la incorporación de la mujer al trabajo periodístico, su influencia en los medios de comunicación españoles no es equitativa, tal y como queda demostrado en la parte de investigación de campo presente en esta investigación.

Según un estudio realizado por Global Media Monitoring Project (GMMP), una de las investigaciones más grandes del mundo en materia de igualdad de género y comunicación, en 2015, último estudio publicado ya que estos estudios se realizan cada cinco años, en España en tan solo 5 años, entre 2010 y 2015, el número de mujeres periodistas se incrementó en diez puntos porcentuales, pasando del 34 al 44%.

Las cifras no mienten. Según el estudio del Global Media Monitoring Project, en el cual participan 114 países, las mujeres representan solo el 28% del total de sujetos y fuentes en las noticias. Solo son 9% del total de las fuentes

expertas y tienen más presencia en cuestiones de opinión popular (43%), y como fuentes de experiencia personal (37%). Las mujeres solo aparecen como protagonistas en el 35% de las noticias, una cifra que se eleva hasta el 51% en casos de crímenes y violencia.

Uno de los motivos por lo que se ha realizado esta investigación es la notable transformación que está teniendo lugar en la sociedad española actual para paliar estas desigualdades y conseguir crear un ambiente periodístico paritario para ambos géneros. Gracias a esta lucha tuvo lugar la Huelga General de Mujeres del 8 de marzo de 2018 en España como motivo del Día Internacional de la Mujer. Un hecho que supuso un punto de inflexión en la lucha por la paridad de géneros en los puestos de trabajo, desde los cargos más importantes a los de menos notoriedad, y contra el techo de cristal al que están sometidas las mujeres.

Mariano Rajoy, presidente del gobierno español, el 24 de enero de 2018 declaró, en una entrevista para el programa “Más de Uno” de la emisora de radio Onda Cero presentado por el periodista Carlos Alsina, que la brecha salarial que existe entre hombres y mujeres en España era un asunto en el que él no se metía pero al volverle a preguntar el 8 de marzo del mismo año, día en el que se convocó una huelga de mujeres y millones de ellas llenaron las calles para reclamar igualdad de derechos, sobre la misma cuestión afirmó que su compromiso era seguir trabajando en defensa de la igualdad real entre hombres y mujeres, un cambio drástico de discurso provocado por la respuesta masiva de las mujeres en las calles de toda España.

(#OnSónLesDones, 2018), un colectivo que analiza la presencia de mujeres en los espacios de opinión de los medios de comunicación de Cataluña y denuncia la ausencia pidiendo que se dé voz y escuche las mujeres expertas, ha descubierto en un estudio reciente elaborado a partir del análisis de algunos medios de comunicación catalanes la presencia que tuvieron las mujeres en dichos medios el día 8 de marzo de 2018 que durante esa jornada las mujeres periodistas tuvieron paridad en los medios de comunicación catalanes, una

igualdad que únicamente se produjo durante ese día, ya que una vez finalizado el Día Internacional de la Mujer las periodistas volvieron a aparecer menos que sus compañeros periodistas.

Otro de los motivos por lo que tiene cabida esta investigación es para demostrar cómo algunos medios de comunicación españoles, que serán analizados más adelante, pese a tener una ley de transparencia que les obliga a publicar los sueldos de sus trabajadores, para comprobar que no se produce ninguna irregularidad derivada por el género de estos, no disponen de unas redacciones periodísticas paritarias ni de unos sueldos igualitarios, tal y como se descubre en la parte práctica del trabajo.

Con este trabajo se intentará descubrir los motivos por los que los hombres ocupan los puestos directivos de los medios, en su gran medida y cómo las mujeres quedan relegadas las redacciones o a las tareas de producción. También se investigará los motivos por los cuales las mujeres están menos presentes en los medios cuando el número de licenciadas en Periodismo en las universidades españolas es mucho mayor que el de licenciados, tal y como queda expuesto en el apartado de contextualización histórica de la mujer en el periodismo español, y cuáles son las dificultades a las que se enfrentan cuando consiguen desempeñar su labor periodísticas en estas redacciones.

El objetivo general de este análisis es comprobar la desigualdad laboral a la que están sometidas las mujeres periodistas, averiguar los motivos, los avances y los caminos posibles para encontrar soluciones a estas desigualdades.

2. Metodología

En este trabajo de investigación se intentarán resolver los motivos por los cuales los puestos directivos de los medios de comunicación están ocupados por hombres y en una minoría, casi inexistente, por mujeres, tal y como queda expuesto en el estudio (Ruiz, 2012). Cuáles son las labores que desempeñan ambos géneros en los diferentes medios, qué sueldo cobran los periodistas y las periodistas por ejercer el mismo trabajo y cuál es la media de edad que hay entre los profesionales de la comunicación.

Para ello, se ha hecho una búsqueda exhaustiva de los análisis previos que se han hecho sobre esta materia. Con el objetivo de contextualizar el tema para que su comprensión no conduzca a diferentes interpretaciones y crear un contexto sustentado por los estudios realizados a lo largo de los años por diferentes instituciones independientes, tanto nacionales como internacionales.

Para tener unos datos más actualizados y más cercanos, de España e incluso Cataluña, se ha analizado las estructuras de varios medios de comunicación españoles; dos medios digitales, VilaWeb y el Eldiario.es, dos medios radiofónicos, Rac1 y Catalunya Ràdio, dos medios televisivos, Antena 3 y TV3 y por último dos medios de prensa escrita, La Razón y el Diari Ara. Al escoger estos medios de comunicación se ha intentado abarcar el ámbito público, por ello se analizan TV3 o Catalunya Ràdio, y el ámbito comunicativo privado, es el caso de los medios de comunicación restantes, con el fin de encontrar las características propias de cada medio y comprobar si la financiación y la legislación a las que están sometidos las diferentes clases de medios influye en las desigualdades de géneros patentes en la profesión comunicativa.

Una vez analizados los datos de los diferentes medios con lo que se ha contactado para realizar este estudio y extraídas las conclusiones pertinentes también de dará voz a algunas expertas en la materia. Para ello,

se han realizado diferentes entrevistas a mujeres que están directamente ligadas con los medios de comunicación y con la lucha por la igualdad de géneros en el periodismo.

La primera entrevistada se realizó a Núria de José, miembro del Col·legi de Periodistes de Catalunya y la Associació de dones Periodistes de Catalunya. Juana Gallego, profesora en la Universidad Autónoma de Barcelona, codirectora del máster de Género y Comunicación y directora del Observatorio para la Igualdad, Isabel Muntaner, profesora en la Universidad Autónoma de Barcelona, periodista y directora del máster de Género y Comunicación, y Neus Tomás, subdirectora del diario.es y directora de Catalunya del mismo medio, también fueron entrevistadas con el fin de aportar relatos veraces y actuales de la situación periodística española.

Además, también está presente el papel que desempeñan las diferentes instituciones que trabajan para que las desigualdades marcadas por el género de la persona que ejerce el periodismo disminuyan hasta que desaparezcan por completo, es el caso del Col·legi de Periodistes de Catalunya o la Associació de dones Periodistes de Catalunya.

3. Marco teórico

3.1 Contextualización histórica de la mujer en el periodismo español

Tal y como expresa María José Ufarte Ruiz, en su ensayo titulado “*Las mujeres periodistas en los puestos de dirección: El techo de cristal en la prensa escrita*”, “las mujeres han conseguido ganar terreno en el mundo periodístico pero su presencia en los puestos directivos aún sigue siendo escasa”. “El sistema patriarcal tradicional, donde el hombre es quien trabaja y trae el sustento al hogar mientras que la mujer es la encargada de las tareas del hogar y del cuidado de los hijos, persiste en muchos casos en las sociedades post-industriales de capitalismo avanzado. No fue hasta el siglo XX, cuando la mujer, de alguna manera, comienza formar parte del sistema laboral”.

Según la página web (https://es.wikipedia.org/wiki/Beatriz_Cienfuegos), Beatriz Cienfuegos es la primera periodista española de la que se tiene constancia. Esta gaditana fue la editora de *La pensadora gaditana*, una publicación semanal crítica que se editó desde julio de 1763 hasta julio de 1764. En ella se juzgaba las costumbres masculinas y femeninas, entre otros temas de interés de la época.

Otra mujer importante en el mundo del periodismo en España es Carmen Burgos (1867-1932). En (2017, MARCOS) publicaba que Burgos fue una pionera en el reporterismo de guerra y en el feminismo, pero fue silenciada por la censura de Franco. Esta periodista causó un gran revuelo en la España de la época con sus reportajes sobre lo absurdo de la guerra y las innecesarias matanzas que se producían en ellas. Burgos era maestra de profesión y periodista de vocación, además fue la primera mujer en España que formó parte de una redacción en el Diario Universal.

Las mujeres se fueron abriendo camino en un mundo de hombres, una de las más destacadas fue la cronista parlamentaria durante la etapa de la

transición española Nativel Preciado y Rosa Montero, que desde finales de 1976 trabaja de manera exclusiva para el diario El País, en el que fue redactora jefa del suplemento dominical durante 1980-1981.

Según la página web (https://es.wikipedia.org/wiki/Pilar_Cernuda), Pilar Cernuda también tuvo un papel fundamental en el periodismo español. La gallega comenzó su carrera comunicativa cuando Franco iniciaba la recta final de su mandato, cubriendo así los actos de la proclamación del Rey y las primeras decisiones de Juan Carlos. Uno de los rostros femeninos más reconocibles de la época, tal y como relata (MACIAS, 2011), fue Adela Cantalapiedra que, en los años 70 y principios de los 80, se convirtió en el rostro habitual de los informativos. “Cantalapiedra inició su carrera en TVE a principios de los 60 en programas infantiles, aunque su labor se desarrollaba, principalmente, en el locutorio de continuidad. Su carrera profesional se entrenó en Radio Peninsular y tras casi una década de anunciar programas y series los jefes de informativos pensaron que podría ser una compañera perfecta para periodistas como Pedro Meyer en el Telediario. Aquella etapa se alargó desde 1974 hasta 1980.”

Félix Santos explica en su libro titulado *Periodistas, polanquistas, sindicato del crimen, tertulianos y demás tribus*, como en 1978 en España, un grupo de periodistas unieron sus fuerzas para buscar información y apoyo en el seno del periodismo tan regentado por hombres. Con el objetivo de hacerse un hueco en el mundo de la información y dejar al margen las dificultades que tenían para desempeñar sus funciones, por el simple hecho de haber nacido mujer, acordaron reunirse en un famoso hotel madrileño cada mañana con las figuras políticas más importantes del momento. Los encuentros, que fueron denominados “los desayunos del Ritz”, estaban protagonizados por las periodistas Consuelo Álvarez de Toledo, Pilar Urbano, Charo Zarzalejo y Julia Navarro. Este grupo pionero no sólo supo encontrar su propio lugar en la profesión, sino que además consiguieron que sus nombres figurasen entre los informadores políticos más destacados del momento.

Pero estas comunicadoras no fueran las únicas. Tal y como expone el estudio (Ruiz, 2012), muchas fueron las mujeres que intentaron formar parte del periodismo en una época en que la presencia femenina en los medios de comunicación era nula. Poco a poco se fueron abriendo vías hacia la paridad en las plantillas informativas. Uno de los más famosos fue el intento de reedición denominado “las conversaciones del Palace”, protagonizado por Pilar Ferrer, Rosa Villacastín, Margarita Sáez Díez y Luisa de Palma entre otras.

“A partir de 1980, las mujeres empezaron a estar presentes en ámbitos profesionales donde, hasta entonces, estaban ausentes. Empezaron a aparecer las primeras mujeres que ejercían en campos profesionales como la abogacía, la judicatura, la carrera fiscal y la medicina. Desde entonces su incorporación en el mundo laboral ha ido desarrollándose progresivamente.”

Las mujeres periodistas también han sido y son las protagonistas en el ámbito de la televisión. Tal y como se expone en el estudio (Ruiz, 2012), “Pilar Miró fue la primera mujer en ocupar un puesto de responsabilidad directiva y profesional en TVE desde 1986 hasta 1989, pero lo cierto es que detrás vendrían algunas otras grandes profesionales como Mónica Ridruejo y Carmen Caffarel. Actualmente encontramos más mujeres directivas en televisión y directoras de sus propios programas dentro del mundo televisivo, la presencia de periodistas dirigiendo los principales programas informativos es cada vez más habitual.”

Basta examinar la parrilla para darse cuenta de ello: Ana Rosa Quintana ocupa las mañanas de Telecinco. Susanna Griso conduce el magazine informativo de las mañanas de Antena 3 y María Casado Paredes presenta el magazine matinal de La 1. Las únicas cadenas, que figuran entre las más vistas y por lo tanto junto con las anteriores mencionadas son las principales consumidas en España, donde los programas matinales están presentados por hombres son La Sexta, donde el presentador es Antonio García Ferreras,

y Cuatro, donde Javier Ruíz Pérez dirige el magazine informativo de esa cadena.

Reporteras y presentadoras 1995-2015

	2000	2015	Δ 15 años	
Presentadora en la radio	41%	41%	0%	...
Presentadora en la televisión	56%	57%	1%	—
TOTAL PRESENTADORAS	49%	49%	0%	
Reporteras en prensa escrita	26%	35%	9%	...
Reporteras en radio	28%	41%	13%	—
Reporteras en televisión	36%	38%	2%	—
TOTAL REPORTERAS	31%	37%	6%	

Fuente: Tabla extraída del Proyecto de Monitoreo Global de Medios publicado en 2015 donde se exponen los datos extraídos del análisis de una muestra significativa de medios de comunicación de los países analizados.

	1995		2000		2005		2010		2015		% Cambio (Δ)	
	% F	% M	% F	% M	% F	% M	% F	% M	% F	% M	% F	% M
B. Reporta y presenta las noticias. Prensa escrita, radio, televisión												
% presentación de notas informativas	51	49	49	51	53	47	49	51	49	51	0	0
Televisión			56	44	57	43	52	48	57	43	1	1
Radio			41	59	49	51	45	55	41	59	0	0
% reporte de notas informativas	28	72	31	69	37	63	37	63	37	63	6	6
Televisión			36	64	42	58	44	56	38	62	2	2
Radio			28	72	45	55	37	63	41	59	13	13
Prensa escrita			26	74	29	71	33	67	35	65	9	9

Fuente: Tabla extraída del Proyecto de Monitoreo Global de Medios publicado en 2015 donde se exponen los datos extraídos del análisis de una muestra significativa de medios de comunicación de los países analizados.

Además, tal y como se puede ver en los datos expuestos en las tablas de arriba la presencia de la mujer en la televisión, en el año de 2015, es superior que la del hombre, siendo este el único medio donde la mujer tiene más presencia que sus compañeros.

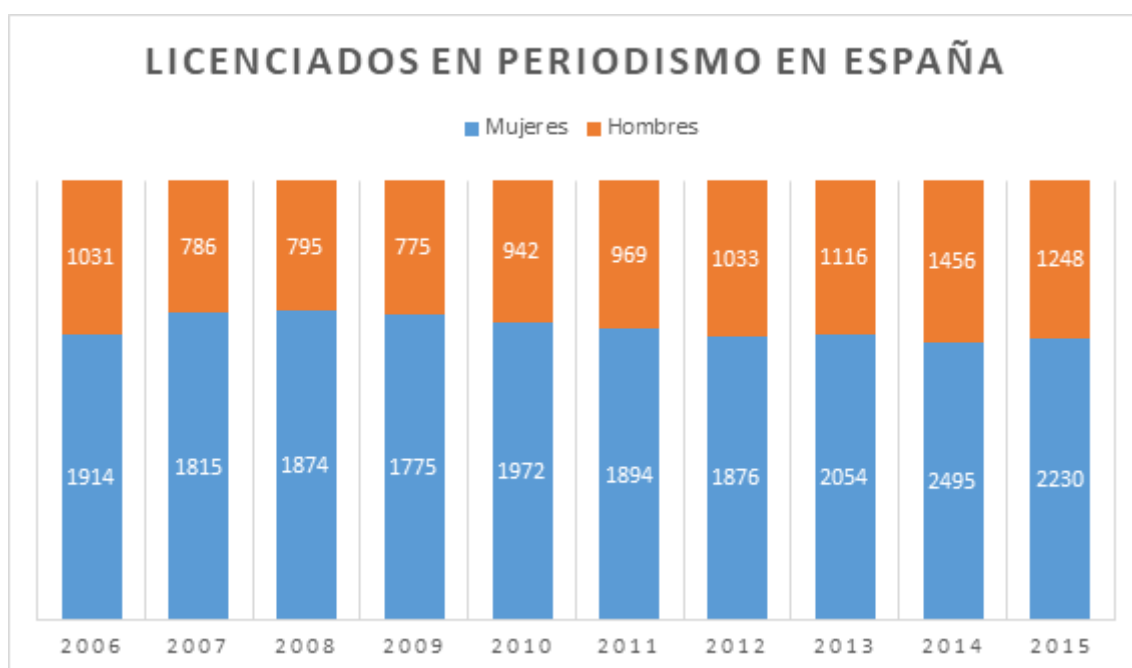
En el caso de la radio, Espinosa (2010, pp. 180-181) publicó que “en la radio de los años 30 la posibilidad de trabajar en este medio se manifiesta en el hecho de que son muchas las locutoras de radio, en Cataluña, que encuentran en la radiodifusión su primer empleo y que además ejercen como presentadoras principales de sus espacios, siendo las únicas voces, por ejemplo, que durante la Guerra Civil se podían escuchar en muchas localidades catalanas. Ellas se dirigieron a los ciudadanos radiando los avisos de bombardeos o protagonizando los programas especiales de ayuda al refugiado. Sólo 20 años después, en la década de los años 50, las locutoras de radio no estaban solas al frente de un programa de radio. Trabajaban con un locutor, su pareja en antena, que normalmente ejercía las labores de locutor principal del espacio.

Actualmente, en las radios generalistas, tal y como queda expuesto en el estudio (Ruiz, 2012), “existen unas franjas horarias donde los hombres son quienes conducen los programas matinales y las mujeres los programas de las tardes”. Un ejemplo de ello es Julia Otero quien desde septiembre de 2007 presenta y dirige en Onda Cero el programa Julia en la onda”. Aunque actualmente esa tónica se está rompiendo. La Ser fue la impulsora de este cambio cuando decidieron pasar a Carles Francino a la tarde, hasta entonces se encargaba de dirigir el programa matinal de la emisora, y poner a Gemma Nierga a dirigir el matinal, que hasta entonces dirigía el programa de la tarde. Catalunya Ràdio decidió seguir con estos cambios y en 2013 puso a Mónica Terribas en la dirección del programa matinal de la cadena.

3.2 Licenciados en Periodismo en España desde 2006 a 2015

En España, la notable incorporación de las mujeres en el mundo de la comunicación ha quedado reflejada en el incremento de matriculaciones de las mismas en las Facultades de Ciencias de la Información. Este hecho ha repercutido en que el número de mujeres periodistas que acceden anualmente al mercado laboral sea, por tanto, mucho mayor que el de sus compañeros hombres.

Esto provoca una constante feminización de la profesión periodística desencadenada por las continuas oleadas de matriculadas y, por consiguiente, de licenciadas que salen cada año de las diferentes Facultades de Ciencias de la Información de toda España.



Fuente: Informe Anual de la Profesión Periodística, 2016, con datos de Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECyD) y del Instituto Nacional de Estadística (INE). Cifras en alumnos titulados desde 2012 hasta 2015, con datos MECyD; 2011, con datos INE. Desde 2012 se contabilizan los licenciados y los graduados en Periodismo

En los datos expuesto en el gráfico que se muestra en la parte superior de la página se puede comprobar como el número de licenciadas en Periodismo en España es mucho más superior que el de licenciados. En 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, y 2013 el número de mujeres que logran acabar la carrera periodística en España supera por más del doble al número de hombres. Por lo que gracias estos datos facilitados por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECyD) y el Instituto Nacional de Estadística (INE) se puede comprobar como la carrera de periodismo en España es una licenciatura donde predominan las mujeres.

3.3 La mujer: Realidad transmitida por los medios de comunicación de masas

Cuando hablamos del papel de la mujer en el ámbito periodístico no podemos evitar mencionar las desigualdades de oportunidades que se le presentan a éstas cuando deciden formar parte del ámbito de la comunicación y que serán expuestas a lo largo de esta investigación. En pleno siglo XXI siguen existiendo los espacios restringidos, llenos de estereotipos y prejuicios que prevalecen en torno a ellas y a su trabajo.

“Fijar mediante su repetición frecuente un gesto, una frase, una fórmula artística”

Esta es la definición que otorga la Real Academia Española a la palabra estereotipar. Un término muy afianzado en el mundo de la comunicación y de la distinción de géneros, ya que a lo largo de la historia se ha ido asociando a la mujer una serie de características o cualidades, que no se corresponden con la realidad en su gran mayoría, que las degrada a un nivel inferior al que mantienen los hombres en la sociedad actual.

Como afirmaba Foucault (1991, pp. 9-27), “los “espacios de poder” no sólo están constituidos por macroinstituciones sino, especialmente, por una

microfísica que desarrolla normas de conducta colectiva, códigos de interrelación o todo un sistema de símbolos que culmina en la articulación de mentalidades y cosmovisiones históricas en las que se asimilan inconscientemente dichas clasificaciones de sujetos y objetos”.

De acuerdo con Muñoz López (1997), “la cultura viene a ser la conjunción de esas diferentes clasificaciones con las que cada sociedad ha ido elaborando sus normas, valores y significados”. Esto tiene como consecuencia que a lo largo de la historia se han ido conformando unas formas de concebir e interpretar la realidad y que, según las palabras del sociólogo francés Durkeim (1982), constituyen la conciencia colectiva.

Siguiendo a Muñoz López (1997) en su análisis de la transmisión de valores sexistas a través de los medios de comunicación, razona sobre cómo han contribuido factores como la pertenencia a una raza, la clase social, o la ocupación en una escala laboral, económica y su valoración de nivel de riqueza en la concepción y valoración de si un individuo es sujeto dominante o subordinado. Para Muñoz López (1997) el mismo hecho de ser mujer y hombre también influyen en la concepción que tiene la sociedad de los diferentes géneros, relacionando casi siempre lo inferior y dependiente con un rol más femenino y lo superior e independiente, ligándolo casi siempre a lo masculino. Esta percepción se irá transmitiendo en forma de herencia, estereotipada, de generación en generación por medio de esas percepciones recibidas mediante procesos culturales.

Tal y como expone Saiz (2010), el sistema patriarcal tradicional persiste en muchos casos en las sociedades post-industriales de capitalismo avanzado. Hasta el siglo XX la mujer estaba relegada a un ámbito más privada y familiar, pero a partir de esa fecha las mujeres, de alguna manera, comienzan su inserción en la sociedad y en el mundo laboral.

Mateos del Cabo (2007) expone que “en la actual sociedad de consumo de masas, la estructura simbólica condicionante y transmisora del papel femenino se origina y difunde principalmente desde la estructura de los medios de comunicación de masas. Los medios de comunicación de masas asumen la función de estabilización e integración de roles, valores, normas y símbolos. Estos medios, además, son considerados un importante instrumento para la socialización y la transmisión de valores, ya que muestran pautas de comportamiento de forma consciente o inconsciente, que se convierten en ocasiones en modelos de referencia para una sociedad. De forma inevitable acaban creando una “realidad” que afecta a nuestra visión del mundo y a su comprensión.”

“De entre todos los temas, escenarios y personajes posibles, que son muchos, los medios eligen aquéllos que por razones económicas (ventas, expansión, audiencia), políticas (intereses y estrategias de grupo) o sociales (creencias, valores, tradiciones) consideran dignos de ser sometidos a un seguimiento informativo regular.” (Bach Arús et al., 2000, p. 21)

Siguiendo con Mateos del Cabo (2007), una primera aproximación a la explicación de la falta de representatividad del género femenino en los medios de comunicación podría explicarse con el hecho de que se ha asociado a la mujer desde hace mucho tiempo con el espacio privado, doméstico y al hombre con la esfera pública, de poder.

Todas estas ideas preconcebidas que tiene la mayoría de la sociedad, y que ahora parecen estar cambiando gracias a los movimientos feministas que están teniendo lugar en España en los últimos meses, tal y como se ha expuesto con anterioridad, han propiciado que la mujer sea vista como un ente que posee cualidades físicas y en cambio los hombres sean reconocidos por su dedicación a unas aptitudes más intelectuales.

A continuación, se expondrán unos ejemplos de cómo los medios de comunicación construyen la concepción de realidad que percibe la sociedad española. El diario.es publicaba un artículo titulado “El poder machista de los medios” el 27 de diciembre de 2016 donde reivindicaba que el feminismo había llegado a los medios de comunicación español, aunque dudaba de si era un tema transitorio.

El feminismo es un término que suscita mucho debate en la actualidad española debido al desconocimiento que se tiene del significado de esta palabra. Por ello, es importante saber cuál es el significado que otorga la Real Academia Española a esta palabra para entender la revolución que está teniendo lugar en España y en el resto del mundo.

“Principio de igualdad de derechos de la mujer y el hombre”

Para conseguir esa igualdad entre ambos géneros se realizan diferentes estudios que dejan patente la disparidad existente en los medios de comunicación en lo equivalente a materia de géneros para intentar solventarlo.

A veces el problema no surge de quienes deciden qué noticias se deben publicar, que a su vez son los encargados de transmitir una información y una serie de roles, y cuáles no sino de cómo enfocan esas noticias. Por ejemplo, si nos vamos al apartado de sucesos que aparecen en los diferentes medios de comunicación españoles nos encontramos con titulares que justifican la violencia machista, una lacra de la sociedad española que mata a más de 50 mujeres cada año.

Hecho que dejó patente Juana Gallego, profesora en la Universidad de Barcelona, codirectora del máster de Género y Comunicación y directora del Observatorio para la Igualdad, cuando se le entrevistó en el Diario.es y se le preguntó por ello.

"Los medios siguen abordando la violencia machista como algo fáctico, inexplicable e impredecible, como hechos aislados. Solo se dan cifras, no se contextualiza".

Estos hechos se pueden corroborar mirando los titulares de algunos medios. Las Mujeres "mueren" o "aparecen apuñaladas en su domicilio" cuando en realidad han sido asesinadas por sus parejas o ex parejas. Mujeres que son culpables de su propia muerte por no haber denunciado o haber provocado al hombre o entradillas que justifican a asesinos como Ramón Laso, que "mataba por amor".

ESPAÑA

Muere una mujer en Castelldefels apuñalada en la calle por su expareja

ABC.es / BARCELONA | Día 12/08/2015 - 15:47h

Sigue ABC.es España en...

Fuente: Titular del ABC del 12 de agosto de 2015 en la versión digital de su diario.

Muere una mujer en Madrid al recibir una veintena de puñaladas a manos de su ex pareja

No constan denuncias por malos tratos ni órdenes de alejamiento.- La víctima tenía dos niñas de 9 y 10 años

Fuente: Titular de El País del 21 de enero de 2010 en la versión digital de su diario.

LOS GRANDES SUCESOS DEL ARCHIVO DE EL PAÍS ›

Ramón Laso, el psicópata que mataba por amor

Mató en 1988 a su esposa y su hijo. Solo cumplió ocho años de prisión. En 2009, acabó con la vida de su segunda mujer y de su cuñado. Siempre que aparece un romance en su vida acaba con todos sus 'lastres'

Fuente: Titular de El País del 15 de agosto de 2015 en la versión digital de su diario.

Algo parecido tuvo lugar con la violación múltiple a una joven durante la celebración de los Sanfermines en Pamplona, donde algunos medios españoles culpabilizan a la chica de mentir, seguir con una vida “normal” después de haber sufrido esa agresión o incitar a sus agresores a cometer la violación.

e|CorreoGallego.es

[Portada](#) [Santiago](#) [Área de Compostela](#) [Galicia](#) [Panorama](#) [Deportes](#) [Tendencias](#) [Opinión](#)

TEMAS: [Formación](#) | [Lugares](#) | [El Correo 2](#) | [Vida Social](#) | [Carreira Pedestre](#) | [Te acuerdas de](#)

[Opinión](#) » [Firmas](#)



XABIER VILA-COIA

El caso 'La Manada': ¿violación o película porno?

Fuente: Titular de elCorreoGallego.es del 5 de enero de 2018 en la versión digital de su diario.

[CASO 'LA MANADA' »](#)

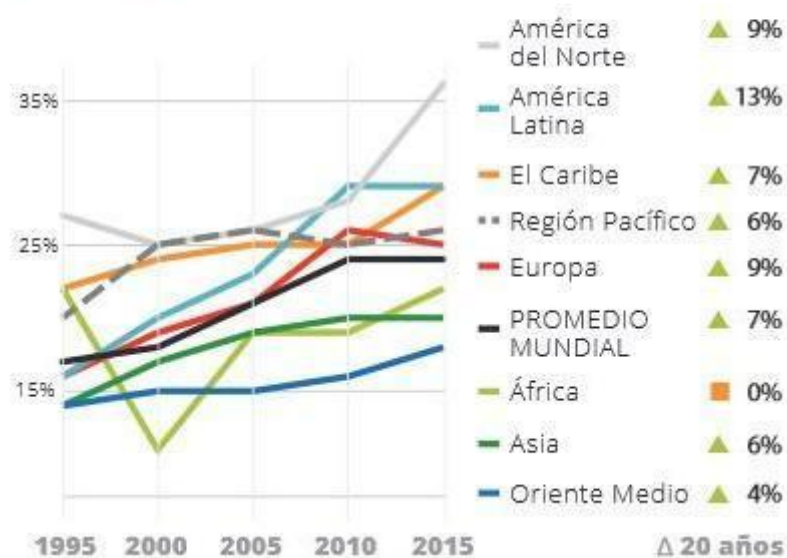
Violación o escarmiento

Fuente: Titular de El País del 27 de noviembre de 2017 en la versión digital de su diario.

'El caso "La manada": ¿Violación o película porno?' titulaba el correoGallego.es en su edición digital, "Violación o escarmiento" titulaba El País, poniendo así en duda la agresión, o "La vida "normal" de la chica violada en San Fermín: universidad. viajes y amigas." que decidió titular así el diario El Español al reportaje que publicaron sobre este caso mediático.

Además, tal y como muestran el siguiente gráfico y la siguiente tabla extraídos del mismo estudio, las mujeres tienen una mayor presencia global en las notas periodísticas y en los noticiarios de radio y televisión en 2015 que en 1995. En el caso de Europa ha aumentado un 9% y un 7% en el cómputo global. Lo que demuestra que poco a poco, y de forma muy lenta, la mujer empieza a formar parte de la realidad que describen los medios de comunicación.

Presencia general de las mujeres en las notas periodísticas y en los noticiarios de la radio y la televisión, por región 1995-2015



Fuente: Gráfica extraída del Proyecto de Monitoreo Global de Medios publicado en 2015 donde se exponen los datos extraídos del análisis de una muestra significativa de medios de comunicación de esos países.

Tabla 11. Presencia general de las mujeres en las notas periodísticas y en los noticiarios de la radio y la televisión, por región 1995-2015

Región	1995	2000	2005	2010	2015	Δ 20 años
África	22%	11%	19%	19%	22%	0%
América del Norte	27%	25%	26%	28%	36%	9%
América Latina	16%	20%	23%	29%	29%	13%
Asia	14%	17%	19%	20%	20%	6%
El Caribe	22%	24%	25%	25%	29%	7%
Europa	16%	19%	21%	26%	25%	9%
Oriente Medio	14%	15%	15%	16%	18%	4%
Región Pacífico	20%	25%	26%	25%	26%	6%
PROMEDIO MUNDIAL	17%	18%	21%	24%	24%	7%

Fuente: Tabla extraída del Proyecto de Monitoreo Global de Medios publicado en 2015 donde se exponen los datos extraídos del análisis de una muestra significativa de medios de comunicación de esos países.

En el reportaje realizado por The International Federation of Journalism (IFJ) elaborado y expuesto con motivo de la celebración de la conferencia de la UNESCO “Women in the media: Access to expression and decision Making”, celebrada en Toronto en 1995, se demostró que la representación de la mujer en los medios de comunicación era irreal, parcial y poco justa. También se concluyó que la industria no había reaccionado con nuevas medidas que amortiguaran este hecho. Por lo que, las mujeres seguían estando poco representadas y cuando aparecían generalmente era con trajes estereotipados en los roles tradicionales, tal y como señala la directora del IFJ, Bettina Peters.

Es habitual escuchar preguntas a mujeres entrevistadas en los medios de comunicación del tipo: ¿Le resulta difícil compaginar la vida familiar con la vida laboral? Cuestión que rara vez escuchamos se le formule a un hombre. En consecuencia, podemos decir que continúa la rémora de la mujer asociada al ámbito doméstico por encima del profesional.

3.4 La importancia de las noticias y de quien las reproduce

Los temas que tratan los medios de comunicación llegan, en su mayoría, predeterminados por agencias, instituciones y empresas que ponen en circulación una serie de ideas, temas e historias en forma de noticias, principalmente del mundo de la política o de la economía.

Tal y como aparece en el proyecto de investigación promovido y financiado por la Dirección General de la Mujer de la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid, para poder hacer una reconstrucción de la imagen transmitida por los medios de comunicación del género femenino, es conveniente analizar a priori qué parte de responsabilidad tiene cada profesional del mundo del periodismo en esta tarea, sin olvidarnos de la persona o grupo de personas propietarias de estos medios que también influyen en esta labor.

Para llevar a cabo el análisis, primero hay que distinguir dentro del entorno periodístico-informativo tres fases que conforman el todo de un reportaje o pieza periodística según Burguet (1998): pretextual, textual y supratextual.

- La **fase pretextual** está relacionada con la política informativa de cada medio y su elección de los temas principales en cada jornada. Generalmente estas cuestiones están estrechamente relacionadas con sus intenciones de transmisión, ya sean valores sociales, políticos, ideológicos...
- La **fase textual** hace alusión a la elaboración de las piezas por parte de cada profesional de la información, es decir los periodistas, y al filtro particular de cada uno de estos profesionales. Aunque cabe recordar que, generalmente, estos reportajes son revisados por los jefes y, según el medio para el cual trabajen, puede haber una labor más exhaustiva de corrección o una mayor libertad que permita prevalecer el criterio del periodista.

- Por último, está la **fase supratextual**, que se circunscribe a lo que no es texto o locución, como las imágenes que acompañan a la información. Su ubicación dentro de las páginas de un periódico o de un programa de radio o televisión está relacionada con la importancia concedida que se le otorga a la noticia.

En un periódico, las piezas que más se quieren destacar suelen aparecer en primera página, mientras que en un informativo radiofónico o televisivo su puesto en el orden de la escaleta marcará la prioridad de las noticias, utilizando los temas considerados más importantes y de mayor actualidad para abrir estos espacios informativos.

Esta labor escapa del control de la persona que elabora el reportaje, y casi siempre forma parte de las decisiones que toma el editor o director del periódico o, en su caso, del programa televisivo y radiofónico. Puestos, dirigidos en su gran mayoría por hombres, como quedará demostrado más adelante en este trabajo.

La elección, en cambio, de elementos como el titular, las imágenes, el montaje, los calificativos empleados, entre otros, que conforman la imagen global del reportaje, sí es responsabilidad, normalmente, de los/as redactores/as aunque éstos no ostenten cargos de poder dentro de la estructura mediática.

Los medios de comunicación de masas muestran unos escenarios principales y otros secundarios y menos privilegiados que a duras penas consiguen atraer la mirada del espectador y que van a influir en la percepción de la “realidad” ofrecida por los distintos medios al receptor de la información. Las personas que forman esos escenarios condiciona la representación del escenario global.

Cabe avanzar que todavía persiste el panorama de estereotipos de género descrito con anterioridad, por ello resulta habitual que nos encontremos a la mujer reflejada a través de los medios de comunicación de masas en la mayoría de las ocasiones ocupando una serie de roles donde se precisa menos responsabilidad y menos poder, ya que se sigue considerando que la mujer debe ocuparse de otros menesteres que le restan tiempo para dedicarle a su labor periodística.

También encontramos claras desigualdades cuando analizamos las plantillas de las direcciones y redacciones de los diferentes medios de comunicación. Tal y como reflejan los datos que ha publicado en el Global Media Monitoring Project (GMMP) de 2015, las mujeres ocupan el 27% de los puestos de alta dirección en las empresas mediáticas y 35% de la fuerza de trabajo en las redacciones.

Tal y como se menciona en el mismo estudio, las mujeres que han participado en este estudio y que compaginan su trabajo periodístico con el de ser madres señalan la dificultad de conseguir un equilibrio entre el hogar y el trabajo en las salas de redacción, donde con frecuencia domina una cultura de largas horas de trabajo.

Las investigadoras que han desarrollado este estudio sostienen que la abrumadora posición masculina existente en la profesión ha desembocado en que los valores masculinos determinen los valores en las noticias, los criterios para definir qué es “noticia”, y que el proceso de socialización en las redacciones también ha terminado por reproducir esos valores. El resultado es el predominio de una “cultura machista en la búsqueda de la noticia” y la persistencia de un “club de viejos amigos” que en ocasiones puede hacer de la sala de redacción un lugar difícil para las mujeres.

Cuando se le preguntó a Juana Gallego por estos asuntos respondió, “Luchar por la paridad de la creación de las noticias no implica un cambio en el discurso. Hay que pensar más allá, no porque haya más mujeres en los

medios de comunicación el discurso va a cambiar. No es un cambio automático, es una revolución que puede empezar con las mujeres ocupando puestos directivos y provocando un cambio en el discurso.”

“Lo realmente importante son los valores que fomentan y construyen el discurso, qué es lo importante y que no, con independencia de quien escriba la noticia, ya que el contenido de esta propicia el cambio en el discurso.”

“La televisión y la radio son más dinámicas, permeables a los cambios. En cambio, con los medios escritos ocurre todo lo contrario, en estos medios de comunicación perdura la jerarquía varonil”

En muchas ocasiones, los medios de comunicación se convierten en un espacio de transmisión de estos estereotipos sociales sin intentar cambiar esta situación de desigualdad.

En la actualidad, donde predomina el de consumo de masas, los medios de comunicación, tanto tradicionales, como la televisión, la radio o los periódicos, como los pertenecientes a la era digital, todos aquellos que utilizan Internet para llegar a una mayor audiencia, han adoptado el rol de transmisores de la realidad absoluta es muy importante la transmisión que hacen del papel femenino en la sociedad.

Una primera aproximación a la explicación de la falta de representatividad del género femenino en los medios de comunicación podría explicarse con el hecho de que históricamente se ha asociado a la mujer con el espacio privado, doméstico y al hombre con la esfera pública, de poder.

Además, si hacemos una evaluación de los espacios con mayor prestigio periodístico, nos encontramos con secciones como Política, Economía y Opinión, ocupadas en buena parte por el género masculino. Por el contrario,

otras áreas más cercanas al entretenimiento, cultura, ocio y sociedad se reservan a mujeres periodistas.

Notas periodísticas por mujeres, por temas principales 2000-2015



Fuente: Gráfica extraída del Proyecto de Monitoreo Global de Medios publicado en 2015 donde se exponen los datos extraídos del análisis de una muestra significativa de medios de comunicación de esos países.

Tal y como recoge María José Ufarte en el ensayo titulado *“Las mujeres periodistas en los puestos de dirección: El techo de cristal en la prensa escrita”*, Javier Callejo, periodista y director de deportes de Telemadrid y Onda Madrid desde 2017, ha intentado justificar el escenario desigualitario de la comunicación se debe en parte a la gran demanda que hacen los varones de ellos, ya que para Callejo los principales lectores de los diarios son varones, por ello es lógico que la visión del mundo que se proyecte en éstos sea a través de una mirilla masculina.

Esta justificación demuestra que aún prevalece en la opinión pública la visión de que las mujeres deben cubrir secciones como sociedad, cultura o espectáculos y que los periodistas, por el contrario, pueden ocupar las

secciones profesionales más valoradas como Política ya sea nacional o internacional y Economía.

De la misma manera, García de Cortázar (2000:34-37) tras un sondeo de opinión, señala que las principales causas que justifican esta desigualdad en los puestos directivos se debe a varias razones:

- A. Desigualdad de oportunidades (37,4 %).
- B. Desconfianza de los directivos frente a la capacidad de las mujeres (17,3 %). Resultado que achacan a cuestiones de prejuicio, discriminación o penuria femenina.
- C. Tardanza a la incorporación de la profesión (26,2 %).
- D. Cargas familiares (8,9%).

En cambio, para María Antonia García de León (2000:27) el acceso a puestos directivos o de máximo poder están destinados a aquellos que ya los tienen, es decir, los propietarios de los medios de comunicación son hombres y son estos los que deciden asignar, en su gran mayoría, a hombres en los directorios de los periódicos.

Otros autores como Diezhandino, Benuzartea y Coca (1994:62) intentan explicar esta desigualdad centrándose en las relaciones familiares. “Ser mujer, periodista y disponer de tiempo suficiente para dedicar a la vida familiar son condiciones que se demuestran cada vez más difíciles de compaginar como consecuencia de la dedicación horaria que requiere el trabajo en las redacciones. Hay mujeres que, con uno o dos niños pequeños, prefieren tener un puesto que les permita una cierta flexibilidad de horario con el fin de poder atender sus diversas responsabilidades familiares y profesionales. Una concepción que está arraigada en nuestra sociedad desde tiempos inmemoriales y que parece que poco a poco va cambiando ya que, desde hace mucho tiempo, como hemos mencionado anteriormente, la figura femenina siempre se le ha relacionado en el ámbito familiar, es decir en el cuidado de niños”.

No debemos olvidar que la hora de cierre de un periódico puede ser la medianoche o incluso un poco más y las mujeres que aceptan el reto de tomar el timón, si se lo ofrecen, deben ingeniárselas para ser responsables en el trabajo y no tener descuidada a su familia.

Como se aprecia, las jornadas largas y con frecuencia de horario irregular, los compromisos sociales y los acontecimientos imprevistos que obligan a acudir al trabajo incluso en días de descanso, se han convertido en los argumentos esenciales que desplazan a las mujeres de los círculos de poder.

Gracias al análisis de los medios de comunicación españoles escogidos para desarrollar esta investigación, expuesto en las páginas siguientes, se podrá comprobar si estas situaciones continúan vigentes o se ha producido algún cambio de tendencia.

4. Investigación de campo

4.1 Datos obtenidos de los medios de comunicación

Para obtener una información cuantitativa de una porción significativa de los medios de comunicación en España se ha analizado la distribución de la plantilla por edad, los cargos que ocupan y los salarios que reciben. Estas tres vertientes se han subdividido por géneros para verificar la desigualdad que se produce en los medios de comunicación españoles analizados; **Antena 3** (cadena de televisión privada española), **TV3** (cadena de televisión pública autonómica de Cataluña), **Rac1** (emisora de radio privada de Cataluña), **Catalunya Ràdio** (emisora de radio pública de Cataluña), **Diari Ara** (periódico de tirada autonómica, de Cataluña), **La Razón** (periódico de tirada nacional), **VilaWeb** (medio digital de Cataluña) y **Diario.es** (medio digital de ámbito nacional).

4.1.1 Datos obtenidos de las cadenas de televisión y emisoras de radio

Para obtener los datos requeridos de **Antena 3** me puse en contacto con la responsabilidad corporativa del grupo de comunicación AtresMedia, del cual forma parte Antena 3. Desde ese departamento, me redirigieron al Informe anual de 2017 de Responsabilidad Corporativa, último publicado. Una vez en el informe, en el apartado de Recursos Humanos, se encontró los datos solicitados de todo el grupo comunicativo, sin especificar la cadena o la emisora. Por lo que, al ser un informe de todo el grupo comunicativo de Atresmedia no se ha podido obtener los datos específicos de la cadena televisiva Antena3, aunque sí que se han conseguido los datos globales de todo el grupo de comunicación que quedan expuestos a continuación.

Atresmedia subdivide a sus empleados entre hombres y mujeres pero no los compara. Es decir, expone el número de mujeres o de hombres que conforman un sector determinado del grupo comunicativo pero no facilita el número de mujeres y de hombres que conforman, por ejemplo, Antena 3 Noticias. Por ello, solo se ha encontrado esta distinción de géneros que no ayuda a visualizar si

las redacciones y las direcciones de los programas que se emiten en Antena 3 son igualitarias. En este gráfico queda reflejado las diferentes empresas que conforman el grupo comunicativo del que forma parte Antena3. Es el caso de Uniprex SAU, una empresa de radiodifusión externa de la que forma parte Onda Cero, emisora de radio de Atresmedia, o Uniprex TV, una productora externa que se encarga de algunos programas del grupo comunicativo de Atresmedia.



Fuente: Gráfico extraído del Informe Anual y de Responsabilidad Corporativa realizado por Atresmedia en 2016.

Los datos que sí facilitan el grupo de comunicación de Atresmedia es el aumento, en 2016, de 105 empleados situándose en 2.022 personas, de las

que el 76,51 % cuenta con contrato indefinido. Estas cifras unidas a una baja rotación voluntaria del 5,3 % dan como resultado un elevado índice de estabilidad.

	2014	2015	2016	
Nº de empleados	1.806	1.917	2.022	↑
Antigüedad media (años)	12,3	12,3	12,2	↓
% contratos indefinidos	81,0	78,0	76,5	↓
Rotación voluntaria	3,2	2,7	5,3	↑
% de plantilla en convenio	84,5	85,5	86,6	↑
% de mujeres en plantilla	49,9	49,5	49,5	=
% de mujeres en nuevas incorporaciones	62,4	54,4	48,2	↓
Horas de formación/empleo	22,0	26,2	22,1	↓
Empleados formados	1.405	1.175	1.974	↑
Inversión en formación (euros)	348.661	406.055	727.308	↑
Plazas ofertadas de prácticas	669	340	410	↑
Horas de voluntariado	1.772	2.102	2.533	↑
Índice de frecuencia de accidentes	3,2	2,7	2,8	↑
Índice de gravedad de accidentes	0,14	0,06	0,05	↓

Fuente: Tabla extraída del Informe Anual y de Responsabilidad Corporativa realizado por Atresmedia en 2016.

Si tenemos en cuenta el porcentaje de mujeres que tienen Atresmedia, marcado en lila en la tabla de arriba, se comprueba como en los últimos tres años, desde 2014 hasta 2016, se ha producido una ligera disminución en la plantilla femenina de este grupo de comunicación español. En 2014 el porcentaje de mujeres en la plantilla era del 49,9% y en 2015 y 2016 el porcentaje disminuye hasta el 45,5%. Estos datos son significativos pero también lo son el porcentaje de mujeres que se han incorporado a la plantilla de Atresmedia. En 2014 se produjo una notoria incorporación de mujeres en este grupo, ya que hubo un 62,4% de incorporaciones femeninas. Pero en los años siguientes estas cifras han ido disminuyendo. En el 2016 tan solo hubo un 48,2% de incorporaciones femeninas.

En lo referente a la franja de edad de los trabajadores de este grupo de comunicación tampoco se hace distinción de género, por lo que se hace

imposible analizar si existe alguna desigualdad referente a la edad de sus trabajador. La mayor parte de los empleados de Atresmedia, el 48,86 %, tiene un perfil joven, con una edad comprendida entre 30 y 45 años, pero al mismo tiempo, posee un alto grado de experiencia, con una antigüedad media de 12,2 años.

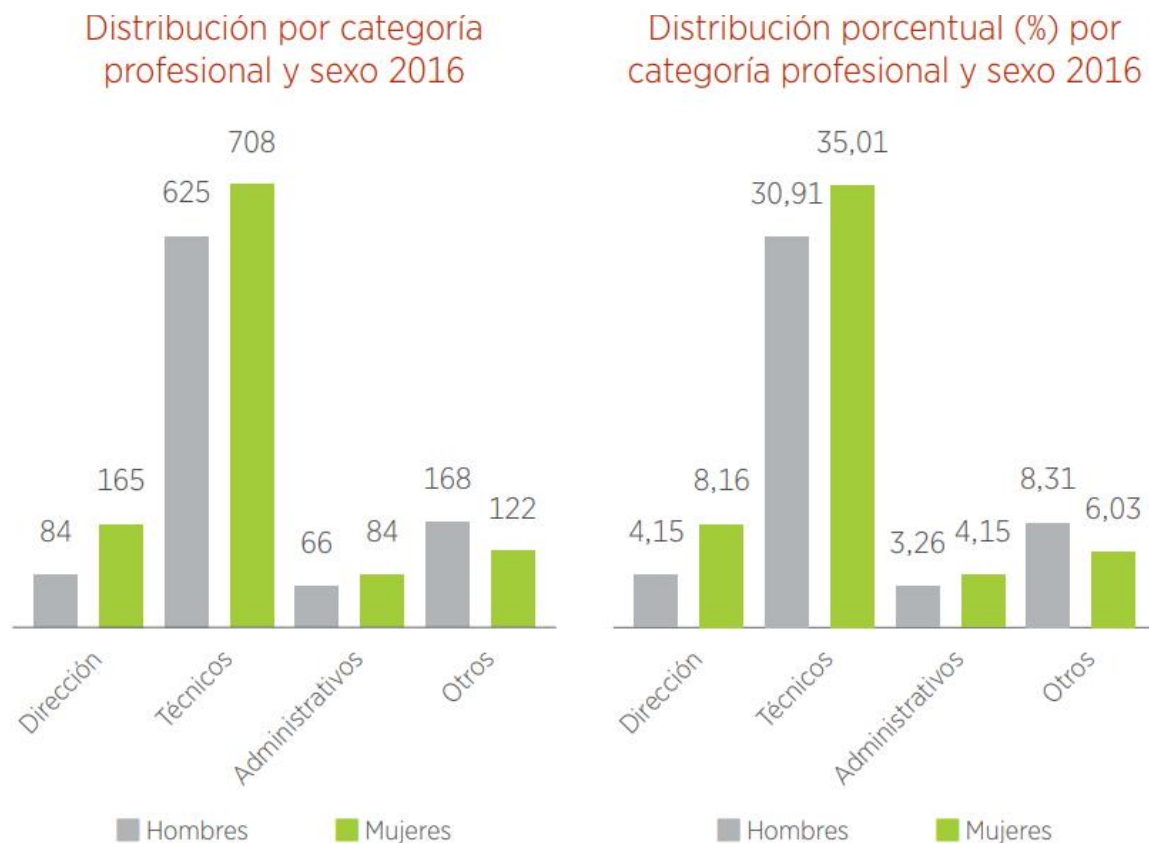
En el Informe Anual y de Responsabilidad Corporativa se especifica como el grupo de comunicación Atresmedia quiso poner en marcha una política de igualdad que permitiese a sus empleados conciliar su trabajo con su ámbito familiar. Algunas de estas medidas quedan reflejadas en la siguiente tabla extraída del último Informe Anual y de Responsabilidad Corporativa.

Plan de igualdad	Medidas de fomento de la igualdad	
	Flexibilidad laboral	Flexibilidad de horario de comienzo y finalización de la jornada laboral de hasta 30 minutos. Reducción de los tiempos de comida a un mínimo de 45 minutos. Jornada continuada los viernes. Estudio de viabilidad de un sistema de teletrabajo. Ampliación del permiso retribuido por fallecimiento o enfermedad grave de parientes hasta primer grado de consanguinidad, cónyuge o pareja de hecho inscrito en el registro oficial de hasta tres días (cinco en caso de desplazamiento).
	Apoyo a la maternidad	Ampliación del permiso de maternidad más allá de lo establecido por la normativa vigente hasta las 17 semanas. Ampliación en tres días adicionales del permiso de lactancia en caso de acumulación en jornadas completas. Aprobación de una guía de maternidad y lactancia.
	Desarrollo profesional	Oferta de cursos que permiten optimizar el rendimiento laboral y actualizar y mejorar la capacidad profesional de los trabajadores.
	Igualdad y violencia de género	Adelanto de retribuciones en aquellos supuestos en los que el trabajador pueda tener necesidades económicas y familiares especiales, extraordinarias, justificadas y urgentes.
	Solidaridad	Aprobación de un protocolo de prevención de acoso sexual que permita lograr un entorno laboral respetuoso con los derechos fundamentales que garantice su protección. Reducción de jornada para víctimas de violencia de género por sentencia y con hijos menores de edad a su cargo de hasta una hora al día, sin disminución proporcional de salario, durante un periodo de 12 meses.

Fuente: Tabla extraída del Informe Anual y de Responsabilidad Corporativa realizado por Atresmedia en 2016.

La única distinción de géneros que refleja el informe es la que concierne a los puestos de trabajo que ocupan ambos géneros. En el gráfico extraído del Informe Anual y de Responsabilidad Corporativa realizado por Atresmedia en 2016, se puede corroborar que el número de mujeres en puestos directivos, técnicos y administrativos es superior al de los hombres. Un hecho bastante chocante, ya que como ha quedado expuesto a lo largo de esta investigación los puesto directivos de los medios de comunicación en España están

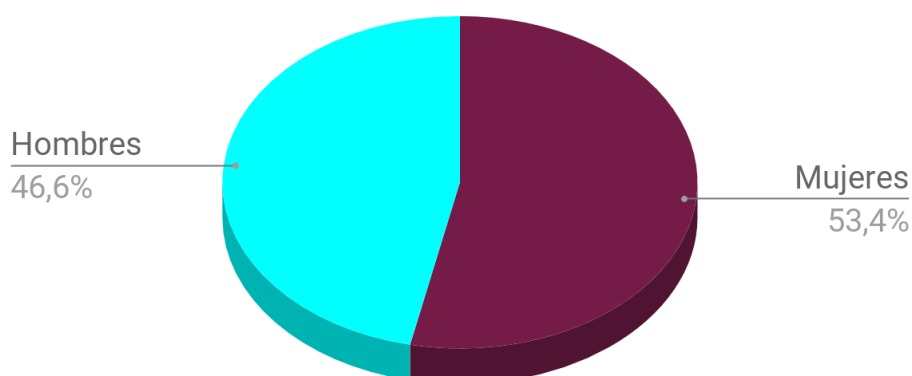
ocupados en su gran mayoría, excluyendo algunos medios en los que se encuentra Atresmedia, según los datos que facilitan ellos mismos, por hombres.



Fuente: Gráfico extraído del Informe Anual y de Responsabilidad Corporativa realizado por Atresmedia en 2016.

Gracias a estos datos facilitados por la Responsabilidad Corporativa de Atresmedia, se puede cuantificar a los trabajadores de este grupo de comunicación español. Atresmedia cuenta con 2.022 trabajadores, de los cuales 1079 son mujeres y 943 hombres.

Trabajadores del grupo de comunicación Atresmedia



Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por Responsabilidad Corporativa de Atresmedia.

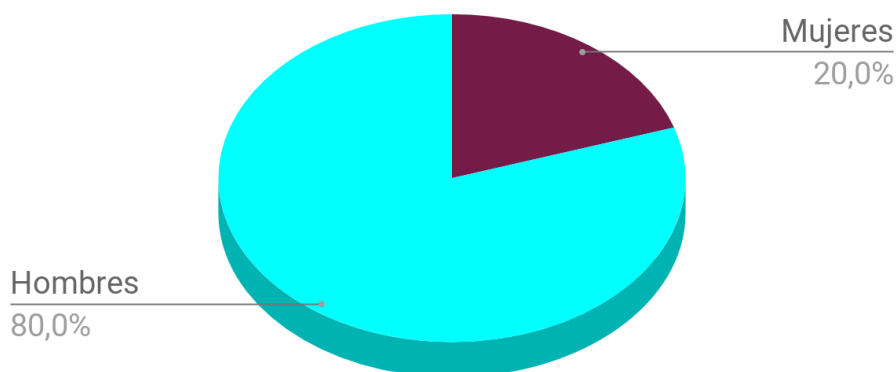
Que los cargos directivos del grupo Atresmedia estén ocupados en su gran mayoría por mujeres, según los datos facilitados por la Responsabilidad Corporativa de Atresmedia, ha provocado que la investigación se haga hecho más exhaustiva. Al investigar el organigrama del grupo de comunicación se ha comprobado que de los quince cargos directivos más importantes de Atresmedia solo tres están ocupados por mujeres. La dirección de entretenimiento está ocupada por Carmen Ferreiro, la de ficción por Sonia Martínez y la dirección de la Fundación Atresmedia está liderada por Carmen Beigber. Estos son los únicos puestos directivos destacados que están ocupados por una mujer.

Área	Directivo
Presidente	José Creuheras
Vicepresidente	Maurizio Carlotti
CEO	Silvio González Moreno
Director General de Atresmedia Televisión	Javier Bardají Hernando
Director de Contenidos	Carlos Fernández Alonso
Directora de Entretenimiento	Carmen Ferreiro
Directora de Ficción	Sonia Martínez
Director General de Antena 3 Noticias	Santiago González
Director Editorial e Informativos de laSexta y Director de laSexta	Antonio García Ferreras
Director de Antena de La Sexta	Mario Lopez
Director de Neox, Nova, Mega y Atreseries	José Antonio Antón
Director General de Atresmedia Radio	Ramón Osorio
Presidente de Atresmedia Cine	Mikel Lejarza
Presidente Atresmedia Digital	José Manuel Gonzalez
Directora de Fundación Atresmedia	Carmen Beigber

Fuente: Tabla extraída de la información consultada de Wikipedia el día 25 de mayo de 2018.

Lo que concluye en que solo el 20% de los cargos directivos más importantes de Atresmedia están dirigidos por mujeres. Lo que no corresponde con los datos iniciales proporcionados por la Responsabilidad Corporativa de Atresmedia, donde el número de cargos directivos ocupados por mujeres era el doble que el ocupado por hombres.

Cargos directivos importantes de Atresmedia

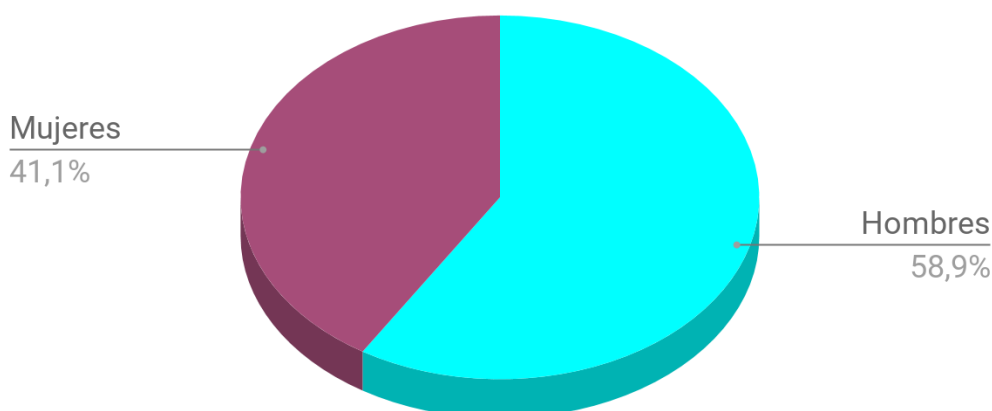


Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por el organigrama de los cargos directivos más importantes de Atresmedia.

La respuesta que se obtuvo de la **Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals** fue bastante distinta. Cuando recibieron el correo solicitando la información anteriormente mencionada no pusieron ningún impedimento e hicieron llegar toda la información debidamente clasificada por géneros. De esta manera, al analizar los datos que facilitó la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals estamos comprobando como está organizada TV3, la televisión pública autonómica de Cataluña, y Cataluña Ràdio, la emisora pública autonómica de Cataluña, ya que ambos medios pertenecen a la CCMA.

Los primeros datos que facilitó la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals fue la distribución, por géneros, de su plantilla por edades. Gracias a esta información hemos podido comprobar que a día 1 de Enero de 2018 la CCMA cuenta con un total de 2.291 trabajadores, de los cuales 1.349 (58,9%) son hombres y 942 (41,1%) son mujeres.

Distribución de la plantilla de la CCMA por géneros



Fuente: Gráfico de elaboración propia, realizado gracias a la Información otorgada por la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

La CCMA ha dividido a sus trabajadores en cinco franjas de edades diferentes, de 21 a 29 años, de 30 a 45 años, de 46 a 51 años, de 56 a 61 años y de 62 a más.

Cabe destacar, que en ninguna de las franjas de edades anteriormente mencionadas el número de mujeres es superior al de hombres, la presencia de varones es mayor que el de féminas, independientemente de la franja de edad de estos. Sin embargo, con los datos que se han analizado se puede afirmar que la mayoría de los empleados de la CCMA son mayores de 46 años. Además, la franja de edad donde hay más empleados hombres es de 56 a más de 62 años, lo que resalta el envejecimiento de sus empleados y la disparidad en los referente a géneros pues, actualmente, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals cuenta con 407 hombres más que mujeres.

El último elemento destacable es la franja de edad donde hay más presencia femenina, aunque no mayor que la masculina pues como se ha mencionado anteriormente la supremacía del hombre está presente en todas las franjas de edad, que es la de 30 a 45 años, lo que provoca que haya más empleadas jóvenes, un hecho que podría estar condicionado por la concepción que se

tiene de la mujer en la televisión, donde su aparición disminuye conforme van cumpliendo años, todo lo contrario de lo que ocurre con sus compañeros varones que tal y como queda comprobado en la siguiente tabla su presencia es mayor a partir de esa edad.

	Dades plantilla 01/01/2018 CCMA, SA				
Distribució de la plantilla per edat					
Banda d'edat	Dones		Homes		Total
21 - 29	15	38,5%	24	61,5%	39
30 - 45	349	46,5%	402	53,5%	751
46 - 51	425	42,1%	584	57,9%	1.009
56 - 61	151	31,5%	328	68,5%	479
62 i més	2	15,4%	11	84,6%	13
TOTAL	942	41,1%	1.349	58,9%	2.291

Fuente: Tabla extraída de la Información otorgada por la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

Gracias a los datos aportados por la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals de la distribución de su plantilla por las diferentes categorías profesionales existentes en su corporación se ha podido comprobar que las mujeres tienen mayor presencias en:

1. Puestos administrativos, donde la CCMA dispone de 75 mujeres administrativas frente a los 12 hombres que también desarrollan ese tipo de tareas.
2. Como redactoras superiores, cuya plantilla está ocupada por 61 mujeres y 49 hombres.
3. Y por último, como ayudantes de producción, cuya plantilla está compuesta por 45 mujeres y 25 hombres.

En cambio los hombres tienen más presencia en cargos como:

1. Operadores de imagen, donde desarrollan su función 149 hombres y tan solo 19 mujeres.

2. Ayudantes de realización, cuya plantilla está formada por 68 hombres y 26 mujeres.
3. Y por último, como realizadores donde hay 63 hombres frente a 19 mujeres.

En la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals los puestos directivos están ocupados por hombres, en su gran mayoría:

1. La Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals dispone de cuatro directores de cadena, los cuatro son hombres.
2. La CCMA también dispone de cuatro directoras de la sección de documentación. Un cargo directivo, a simple vista menos relevante que el anteriormente mencionado, donde la mujer es la única presente.
3. Los directores técnicos son indispensables para una corporación de medios de comunicación. Por ello la CCMA cuenta con catorce directores técnicos, tan solo una es mujer. Lo que provoca que este puesto esté ocupado un 92.9% por hombres.
4. Los responsables de emisión diarias también es un lugar de trabajo donde, al igual que ha pasado con los directores técnicos, la presencia de la mujer es minoritaria. De cinco responsables, solo una es mujer, o lo que es lo mismo el 80% de los responsables de emisión diaria son hombres.
5. En cambio los responsables de programación son dos mujeres y un hombre.
6. Un hecho destacable se encuentra en quienes son los responsables de gestión administrativa y los responsables de administración y finanzas. Como se ha mencionado anteriormente, los puestos de administración están ocupados en su gran mayoría por mujeres por lo que es consecuente que de los ocho responsables de administración, cinco sean mujeres y tres hombres. Pero en los responsables de finanzas y administración se produce una desigualdad muy patente, ya que la totalidad de sus responsables, es decir tres, son hombres.
7. De los cuatro redactores jefes de los que dispone la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals, tres son hombres y tan sola una es

mujer. O lo que viene a ser lo mismo el 75% de los redactores jefes de la CCMA son hombres.

8. En cambio, de los nueve subdirectores de la sección de informativos, seis son mujeres y tres hombres. Es decir el 66,7% de los subdirectores de la sección de informativos son mujeres.
9. El puesto de jefe de servicio en la CCMA está ocupado en su totalidad por hombres. La Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuales cuenta con catorce jefes de servicio, todos ellos hombres.

En la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuales hay cargos que se repiten pero que se diferencian porque unos se encargan de organizar y dirigir diferentes medios de comunicación, radio y canales de televisión.

Es el caso de de los directores de sección donde, aunque tanto en radio como en televisión el número de directores de secciones varones es mayor al de las mujeres, la cantidad de gente que se ocupa de ello cambia.

- A. Los directores de secciones de radio en la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuales son cinco, cuatro de los cuales son hombres.
- B. En cambio los directores de sección de los canales de televisión de la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuales son nueve, de los cuales siete son hombres y tan solo hay dos mujeres.

Otro puesto de trabajo que está ocupado en su totalidad por hombres es el de realizador o director de programas de las emisoras de radio de la CCMA, donde son seis los hombres que desarrollan esas tareas.

En cambio los puestos de subdirectores de la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuales es visible la diferencia entre los que controlan los canales televisivos y los radiofónicos.

- A. Los subdirectores de los canales televisivos de la CCMA están formados por ocho mujeres y cuatro hombres.

B. En cambio, los subdirectores de la cadena radiofónica de la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals están compuestos por dos hombres y tan solo una mujer.

La presencia de la mujer va menguando en los puestos directivos de la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals conforme se va aumentando la responsabilidad del cargo a ocupar.

Los jefes de departamento que se encargan de controlar los canales de televisión de la CCMA están formados por once hombres y cinco mujeres. O lo que es lo mismo el 68,8% de los jefes de departamento de los canales de televisión de la CCMA están ocupados por hombres. En cambio el 85,7% de los jefes de departamento de la emisora de radio perteneciente a la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals son hombres, es decir de siete jefes de departamento seis son hombres y tan solo hay una mujer.

Y por último, uno de los puestos donde más se nota la desigualdad de géneros en la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals, sobretodo en el ámbito radiofónico es los puesto de directores de área, donde el 100% de ellos en la radio son hombres y el 73,3% de directores de área de los canales de televisión son hombres, es decir de los dieciséis directores de área, once son hombres y cuatro son mujeres.

Distribució de la plantilla per categories professionals					
Categoria	Dones		Homes		Total
A - ORDENANÇA	1	25,0%	3	75,0%	4
B - CONSERGE (CR)		0,0%	2	100,0%	2
B - LLOCS SINGULARS NIVELL B	1	50,0%	1	50,0%	2
B - OFICIAL CORREUS	1	25,0%	3	75,0%	4
B1 - MAGATZEMER/A		0,0%	5	100,0%	5
C - AJUDANT AMBIENTACIÓ	2	22,2%	7	77,8%	9
C - AJUDANT VESTUARI	4	100,0%		0,0%	4
C - AUXILIAR DOCUMENTACIÓ	3	42,9%	4	57,1%	7
C - AUXILIAR TÈCNIC/A	1	2,3%	43	97,7%	44
C - LLOCS SINGULARS NIVELL C	4	50,0%	4	50,0%	8
C - LLOCS SINGULARS NIVELL C (CR)		0,0%	3	100,0%	3
C - MAQUILLADOR/A	16	100,0%		0,0%	16
C - OFICIAL/A 2A ADMINISTRATIU/IVA	15	88,2%	2	11,8%	17
C - PERRUQUER/A	15	100,0%		0,0%	15
C - TELEFONISTA	2	66,7%	1	33,3%	3
C - XOFER/A		0,0%	2	100,0%	2
D - AGENT COMERCIAL (CR)	2	66,7%	1	33,3%	3
D - AMBIENTADOR/A	10	71,4%	4	28,6%	14
D - AUXILIAR TÈCNIC/A UNITATS MÒBILS		0,0%	3	100,0%	3
D - ENCARREGAT/ADA MAGATZEM	1	33,3%	2	66,7%	3
D - ENCARREGAT/ADA PLATÓ		0,0%	7	100,0%	7
D - ESTILISTA	15	93,8%	1	6,3%	16
D - LLOCS SINGULARS NIVELL D	2	40,0%	3	60,0%	5
D - LLOCS SINGULARS NIVELL D (CR)	1	50,0%	1	50,0%	2
D - LOCUTOR/A-PRESENTADOR/A (CR)	2	40,0%	3	60,0%	5
D - OFICIAL CONTINUÏTAT	2	66,7%	1	33,3%	3
D - OFICIAL/A 1A ADMINISTRATIU/IVA	75	86,2%	12	13,8%	87
D - OFICIAL/A 1A ADMINISTRATIU/IVA (CR)	5	83,3%	1	16,7%	6
D - OFICIAL/A 1A DISCOTECA (CR)	2	66,7%	1	33,3%	3

D - OFICIAL/A 1A DOCUMENTACIÓ (CR)	2	66,7%	1	33,3%	3
D - OPERADOR/A CÀMERA		0,0%	6	100,0%	6
D - OPERADOR/A CARÀCTERS	7	53,8%	6	46,2%	13
D - OPERADOR/A IMATGE	19	11,3%	149	88,7%	168
D - PRODUCTOR/A (CR)	16	94,1%	1	5,9%	17
D - REGIDOR/A	1	16,7%	5	83,3%	6
D - TÈCNIC/A CENTRE TERRITORIAL (CR)	2	22,2%	7	77,8%	9
D - TÈCNIC/A CONTROL CENTRAL (CR)	2	25,0%	6	75,0%	8
D - TÈCNIC/A D'ESTUDI I DIRECTE (CR)	3	12,0%	22	88,0%	25
D - TÈCNIC/A D'EXTERIORS (CR)		0,0%	12	100,0%	12
D - TÈCNIC/A ELECTRÒNIC/A (CR)		0,0%	3	100,0%	3
D - TÈCNIC/A EXPLOTACIÓ	5	15,2%	28	84,8%	33
D - TÈCNIC/A IL·LUMINACIÓ I SERVEIS PLATÓ		0,0%	3	100,0%	3
D - TÈCNIC/A MANTENIMENT		0,0%	5	100,0%	5
D - TÈCNIC/A MUNTADOR/A MUSICAL (CR)		0,0%	9	100,0%	9
D - TÈCNIC/A PLATÓ		0,0%	3	100,0%	3
D1 - AJUDANT PRODUCCIÓ	45	64,3%	25	35,7%	70
D1 - CARACTERITZADOR/A	4	100,0%		0,0%	4
D1 - IL·LUMINADOR/A		0,0%	6	100,0%	6
D1 - LLOCS SINGULARS NIVELL D1	1	25,0%	3	75,0%	4
D1 - MUNTADOR/A MUSICAL	2	15,4%	11	84,6%	13
D1 - OPERADOR/A CONTINUÏTAT	1	33,3%	2	66,7%	3
D1 - TÈCNIC COMUNICACIÓ	5	100,0%		0,0%	5
D1 - TÈCNIC/A APROVISIONAMENT	3	60,0%	2	40,0%	5
D1 - TÈCNIC/A CONTINUÏTAT	4	14,3%	24	85,7%	28
D1 - TÈCNIC/A CONTROL TRÀFIC	6	46,2%	7	53,8%	13
D1 - TÈCNIC/A DELEGACIONS		0,0%	3	100,0%	3
D1 - TÈCNIC/A ENLLAÇOS		0,0%	4	100,0%	4
D1 - TÈCNIC/A EXPLOTACIÓ I SISTEMES		0,0%	7	100,0%	7
D1 - TÈCNIC/A INFOGRÀFIC/A		0,0%	8	100,0%	8
D1 - TÈCNIC/A MESCLA VIDEO	3	20,0%	12	80,0%	15
D1 - TÈCNIC/A POSTPRODUCCIÓ	2	18,2%	9	81,8%	11

D1 - TÈCNIC/A SO		0,0%	30	100,0%	30
E - AJUDANT REALITZACIÓ	26	27,7%	68	72,3%	94
E - ANALISTA-PROGRAMADOR	4	16,0%	21	84,0%	25
E - CÀMERA ESPORTS		0,0%	2	100,0%	2
E - CAP D'ATRIBUCIONS I COORDINACIÓ P	2	100,0%		0,0%	2
E - CONDUCTOR/A-GUIONISTA (CR)	21	70,0%	9	30,0%	30
E - COORDINADOR/A	2	100,0%		0,0%	2
E - CORRECTOR/A LINGÜISTA		0,0%	2	100,0%	2
E - DISSENYADOR/A ESPAI	1	20,0%	4	80,0%	5
E - DISSENYADOR/A GRÀFIC	11	42,3%	15	57,7%	26
E - DISSENYADOR/A LLUM		0,0%	3	100,0%	3
E - DISSENYADOR/A VESTUARI	9	100,0%		0,0%	9
E - DOCUMENTALISTA	29	74,4%	10	25,6%	39
E - ENC.RESP.SECCIÓ (CR)		0,0%	3	100,0%	3
E - ENCARREGAT/ADA EXPLOTACIÓ		0,0%	15	100,0%	15
E - ENCARREGAT/ADA MANTENIMENT		0,0%	3	100,0%	3
E - ENCARREGAT/ADA PREMUNTATGE		0,0%	2	100,0%	2
E - ENCARREGAT/ADA TÈCNIC/A		0,0%	5	100,0%	5
E - ENCARREGAT/ADA VESTUARI	2	100,0%		0,0%	2
E - ENGINYER/A TÈCNIC/A (CR)		0,0%	3	100,0%	3
E - EXECUTIU/IVA VENDES	1	50,0%	1	50,0%	2
E - LINGÜISTA	18	69,2%	8	30,8%	26
E - LLOCS SINGULARS NIVELL E	8	57,1%	6	42,9%	14
E - LLOCS SINGULARS NIVELL E (CR)	4	80,0%	1	20,0%	5
E - PLANIFICADOR/A	4	50,0%	4	50,0%	8
E - RESPONSABLE DE CONTINUÏTAT (CR)	1	33,3%	2	66,7%	3
E - TÈCNIC/A 3/24	6	46,2%	7	53,8%	13
E - TÈCNIC/A FORMACIÓ	2	66,7%	1	33,3%	3
E - TÈCNIC/A OPERACIONS ESPECIALS		0,0%	5	100,0%	5
E - TÈCNIC/A RECURSOS HUMANS	5	100,0%		0,0%	5
E - TÈCNIC/A SISTEMES	7	22,6%	24	77,4%	31
ER - REDACTOR/A (CR)	10	50,0%	10	50,0%	20

ES - REDACTOR/A SUPERIOR (CR)	61	55,5%	49	44,5%	110
F - ASSESSOR LEGAL	3	75,0%	1	25,0%	4
F - CAP CADENA		0,0%	4	100,0%	4
F - CAP SECCIÓ DOCUMENTACIÓ	4	100,0%		0,0%	4
F - CAP TÈCNIC/A	1	7,1%	13	92,9%	14
F - CONCEPTUALITZADOR/A	4	44,4%	5	55,6%	9
F - COORDINADOR/A PROMOCIÓ	1	33,3%	2	66,7%	3
F - ENG	42	57,5%	31	42,5%	73
F - ENGINYER/A ESPECIALISTA		0,0%	23	100,0%	23
F - LLOCS SINGULARS NIVELL F	16	61,5%	10	38,5%	26
F - METEORÒLEG/ÒLOGA		0,0%	2	100,0%	2
F - PRODUCTOR/A	32	59,3%	22	40,7%	54
F - REDACTOR/A	126	54,1%	107	45,9%	233
F - RESPONSABLE EMISSIÓ DIÀRIA	1	20,0%	4	80,0%	5
F - RESPONSABLE GESTIÓ ADMINISTRATIVA	5	62,5%	3	37,5%	8
F - RESPONSABLE PROGRAMACIÓ	2	66,7%	1	33,3%	3
F - TECNIC ESPECIALISTA	2	100,0%		0,0%	2
F - TÈCNIC/A INVESTIGACIÓ AUDIÈNCIES	2	50,0%	2	50,0%	4
G - CONDUCTOR/A	7	28,0%	18	72,0%	25
G - ENGINYER/A SUPERIOR		0,0%	5	100,0%	5
G - LLOCS SINGULARS NIVELL G	4	100,0%		0,0%	4
G - REALITZADOR/A	19	23,2%	63	76,8%	82
G - RESP. ADMINISTRACIÓ I FINANCES	3	100,0%		0,0%	3
H - Cap de secció (CR)	1	20,0%	4	80,0%	5
H - Cap de secció (TV)	2	22,2%	7	77,8%	9
H - Cap de vendes	3	37,5%	5	62,5%	8

H - Cap projectes	3	60,0%	2	40,0%	5
H - Coordinador/a de guions		0,0%	3	100,0%	3
H - Coordinador/a programa (CR)	1	50,0%	1	50,0%	2
H - Coordinador/a Realització	3	75,0%	1	25,0%	4
H - Corresponsal	2	22,2%	7	77,8%	9
H - Delegat/ada	3	75,0%	1	25,0%	4
H - Director/a de programa	12	30,8%	27	69,2%	39
H - Editor/a	2	12,5%	14	87,5%	16
H - Editor/a (CR)	5	45,5%	6	54,5%	11
H - LLOCS SINGULARS DE COMANDAMENT	41	45,6%	49	54,4%	90
H - LLOCS SINGULARS DE COMANDAMENT	2	15,4%	11	84,6%	13
H - Productor/a executiu/iva A	3	42,9%	4	57,1%	7
H - Productor/a executiu/iva B	5	71,4%	2	28,6%	7
H - Realitzador/a / Director/a programa (CR)		0,0%	6	100,0%	6
H - Redactor/a en cap	1	25,0%	3	75,0%	4
H - Redactor/a tancament secció (CR)	2	40,0%	3	60,0%	5
H - Sotschap secció Informatius	6	66,7%	3	33,3%	9
H - Sotseditor/a	8	66,7%	4	33,3%	12
H - Sotseditor/a (CR)	1	33,3%	2	66,7%	3
O. - CAP DE SERVEI		0,0%	14	100,0%	14
H - Subdelegat/ada	3	75,0%	1	25,0%	4
O. - CAP DE DEPARTAMENT	5	31,3%	11	68,8%	16
O. - CAP DEPARTAMENT (CR)	1	14,3%	6	85,7%	7
O. - DIRECTOR/A D'ÀREA	4	26,7%	11	73,3%	15
O. - DIRECTOR/A D'ÀREA (CR)		0,0%	3	100,0%	3
TOTAL	942	41,1%	1.349	58,9%	2.291

Fuente: Tablas extraídas de la Información otorgada por la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

Gracias a los datos sobre la distribución de la plantilla de CCMA por sueldo se ha podido comprobar que el sueldo más bajo de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals está destinado a una mujer que cobra entre 12.001-14.000 euros anuales. En cambio el sueldo más alto, que consta de más de 60.000 euros anuales, está destinado a 236 hombres y a tan solo 92 mujeres.

Las mayoría de las mujeres que trabajan en la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals cobran entre 24.001 y 39.000 euros anuales, en cambio la mayoría de hombres que trabajan en la CCMA reciben entre 39.001 hasta más de 60.000 euros anuales. Esta diferencia salarial entre géneros, nos indica que los puestos donde más se cobra, es decir los puestos directivos y de más

responsabilidad y por lo tanto mejor retribuidos, están ocupados por hombres, lo que certifica la brecha salarial entre hombres y mujeres.

Distribució de la plantilla per bandes salarials (Total retribucions percebudes 2017)					
Banda salarial	Dones		Homes		Total
12.001 € - 14.000 €	1	100,0%		0,0%	1
14.001 € - 18.000 €		0,0%	2	100,0%	2
18.001 € - 24.000 €	7	43,8%	9	56,3%	16
24.001 € - 30.000 €	29	54,7%	24	45,3%	53
30.001 € - 34.000 €	58	58,6%	41	41,4%	99
34.001 € - 39.000 €	172	52,1%	158	47,9%	330
39.001 € - 44.000 €	195	42,9%	260	57,1%	455
44.001 € - 51.000 €	249	40,7%	363	59,3%	612
51.001 € - 60.000 €	139	35,2%	256	64,8%	395
Més de 60.000 €	92	28,0%	236	72,0%	328
TOTAL	942	41,1%	1.349	58,9%	2.291

Fuente: Tabla extraída de la Información otorgada por la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

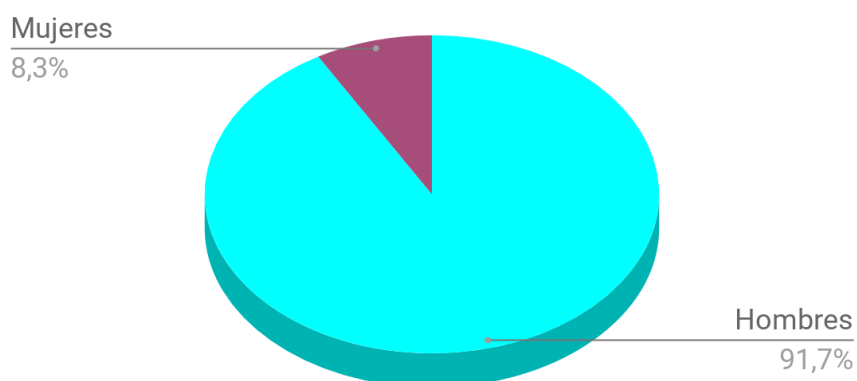
Todo y que los datos que ha proporcionado la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals engloban las cadenas de televisión que pertenecen a la corporación y a la emisora de radio, **Catalunya Ràdio**, cabe distinguir los puestos que ocupan los empleados de la misma emisora radiofónica.

Al buscar el onograma de TV3 y Catalunya Ràdio para verificar el número de cargos directivos ocupados por hombres y por mujeres se ha constatado lo siguiente:

1. El director de deportes de la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals es Christian Garcia i Montagut. El director de deportes de la radio es F. Xavier Campos Ramírez, el director deportivo de las cadenas de televisión de la Corporación es Bernat Soler Pla y por último, el director de la redacción deportiva es Alejandro C. Castells Álvarez. Los cuatro cargos directivos deportivos existentes en la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals están ocupados por hombres.

2. Saül Gordillo Bernárdez ocupa el cargo directivo que se encarga de controlar y dirigir la Radio y de los Medios Digitales de la CCMA. El director adjunto a la dirección de la Radio de la CCMA es Jordi Borda Marsiñach, el director de contenidos radiofónico es Santi Faro i Basco y el director de informativos de Rádio es Francesc Cano i Castells. Los cuatro cargos directivos más importantes de la Radio de la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals vuelven a estar ocupados en su totalidad por hombres. Y por último, Vicent Sanchis Llàcer es el director de la televisión de la CCMA.
3. Sigfrid Gras i Salicru es el adjunto a dirección y el director de contenido y programas de las cadenas televisivas de la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals. El único puesto directivo ocupado por una mujer es el ocupado por Clara Cabezas i Monjonell que se encarga de controlar y dirigir la programación y la imagen de la televisión pública catalana. Y por último, el director de informativos de las cadenas televisivas de la CCMA es David Bassa i Cabanas. De los cuatro cargos directivos de la televisión de la CCMA, Clara Cabezas i Monjonell es la única mujer que ocupa uno de ellos, los otros tres están ocupados por hombres.

Puestos directivos de los canales televisivos y las emisoras de radio de la CCMA

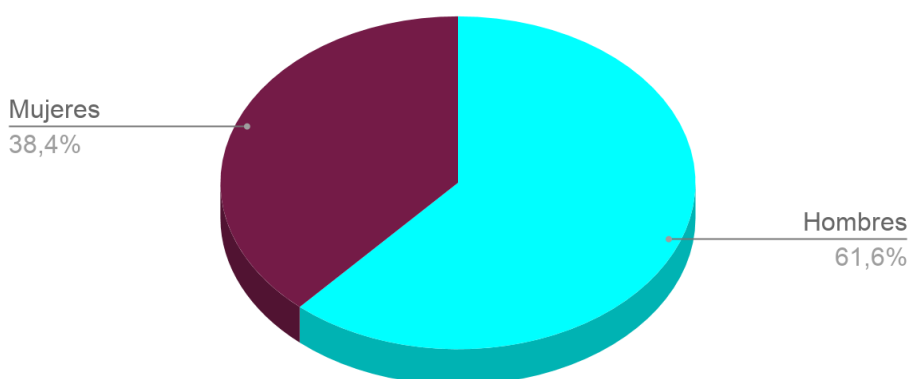


Fuente: Gráfico de elaboración propia, realizado gracias a la Información otorgada por la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

La otra emisora de radio analizada es **RAC1**, una emisora privada, de ámbito catalán. La información de esta emisora la proporcionó Georgina Coloma, de recursos humanos de la emisora.

En RAC1, en marzo de 2018, hay 125 trabajadores, 77 hombres y 48 mujeres. Por lo que se puede afirmar que la plantilla de esta emisora de radio está masculinizada.

Trabajadores de RAC1, datos de marzo de 2018



Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por Georgina Coloma, recursos humanos de RAC1.

La media de edad de sus trabajadores es de 39 años, por lo que la plantilla de RAC1 es una plantilla joven. Si analizamos con más detenimiento la media de edad entre las trabajadoras y los trabajadores es evidente que la franja de edad de la mujeres es más joven, la media de edad de las trabajadoras de la emisora es de 38 años, y la de los trabajadores es de 40 años. La diferencia apenas es notoria pero sí es evidente puesto a que hay más hombres con edades más avanzadas, más de 50 años, que mujeres.

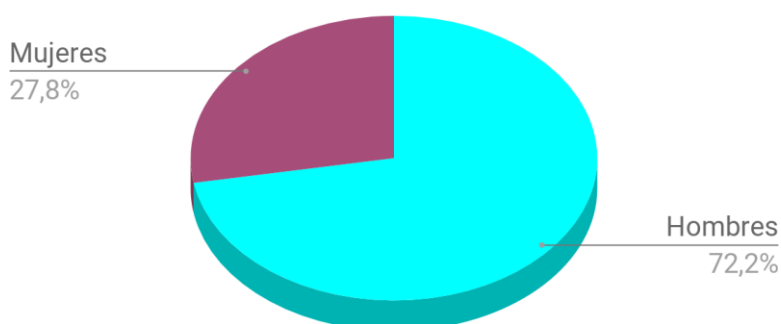
Cuando se intentó averiguar cuáles eran los sueldos que percibían los empleados de RAC1 la respuesta fue la siguiente:

“Los sueldos están contemplados según la categoría de cada trabajador (redactor, técnico, jefe de sección, etc.), independientemente del sexo del trabajador.”

De esta manera, RAC1 no proporcionó las cifras de los sueldos que cobraban sus empleados y no se ha podido realizar un análisis de ello.

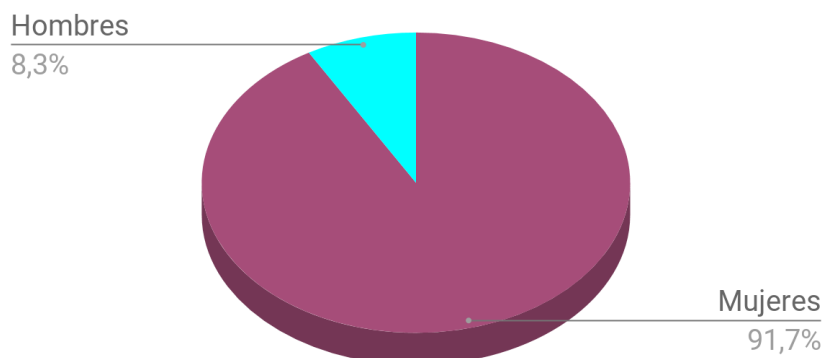
En lo referente a las tareas que se realizan en la emisora subdivida por géneros la información que concedieron fue la siguiente:

Editores de RAC1



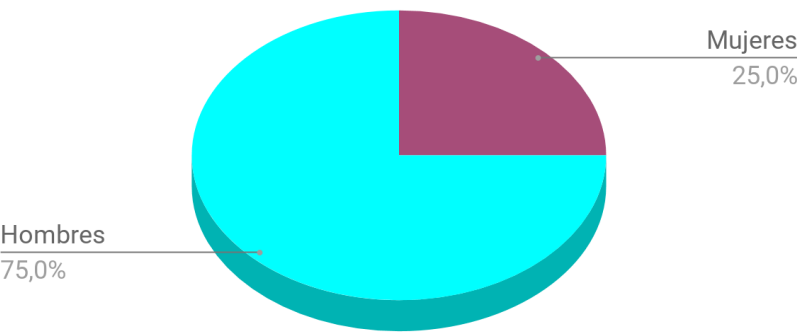
Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por Georgina Coloma, recursos humanos de RAC1.

Productores de RAC1



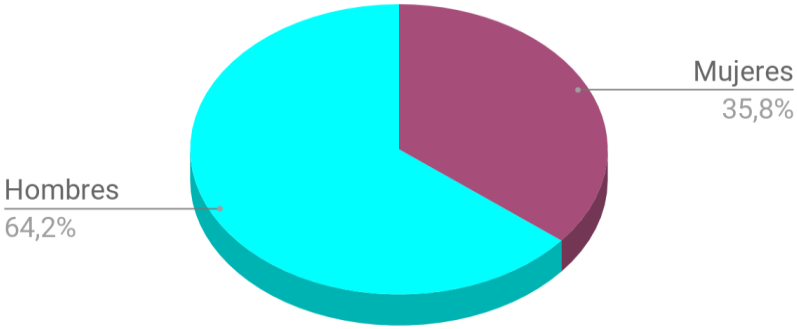
Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por Georgina Coloma, recursos humanos de RAC1.

Puestos directivos de RAC1



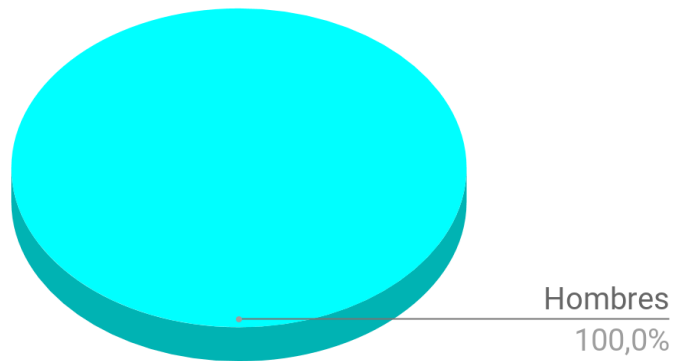
Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por Georgina Coloma, recursos humanos de RAC1.

Redactores y guionistas de RAC1



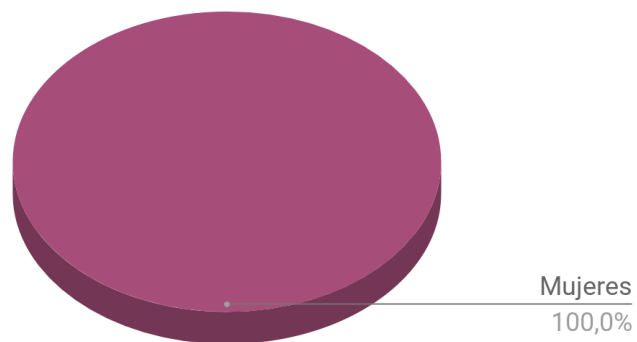
Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por Georgina Coloma, recursos humanos de RAC1.

Técnicos de sonido de RAC1



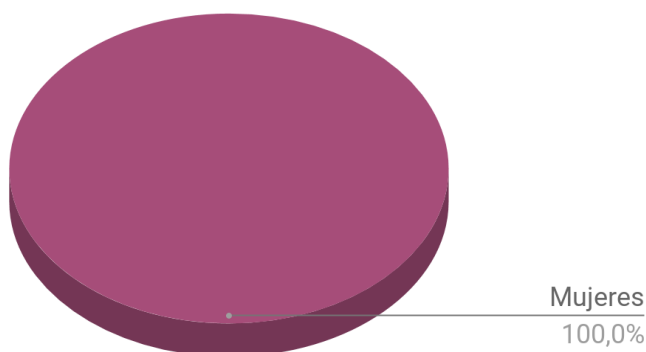
Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por Georgina Coloma, recursos humanos de RAC1.

Servicio de asesoramiento lingüístico de RAC1



Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por Georgina Coloma, recursos humanos de RAC1.

Recepción de RAC1



Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por Georgina Coloma, recursos humanos de RAC1.

4.1.2 Datos obtenidos de los medios de prensa escrita y digital

Uno de los medios escritos analizado para llevar a cabo esta investigación ha sido el periódico español **La Razón**. Cuando se requirió la información necesaria para realizar esta investigación a dicho medio la respuesta fue la siguiente:

“Buenos días,

No podemos darte información interna de la empresa, pero, si estudias nuestra mancheta y nuestras firmas, verás que las secciones de Nacional, Internacional, Local, Sociedad y Cultura, están dirigidas por mujeres, así como la subdirección principal. Los sueldos, por supuesto, a igual trabajo, igual salario.

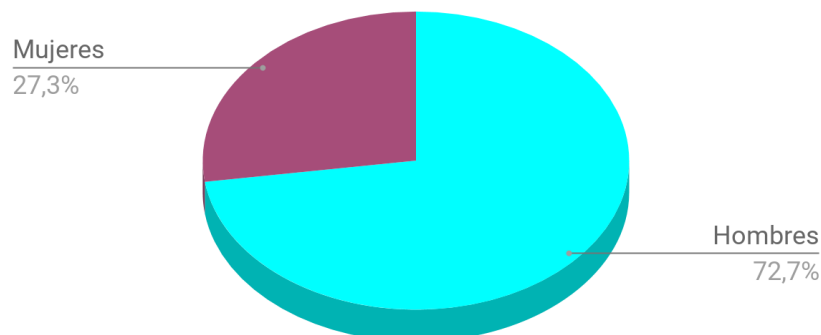
Atentamente

Alfredo Semprún (subdirector de la Razón)”

Ante esta negativa se buscó información de los empleados que conforman este medio escrito y tras observar los datos de que ofrece este medio en su página web se ha podido concluir que:

1. Los cargos directivos de La Razón están ocupados por hombres menos una subdirectora, Pilar Gómez, y una adjunta a la dirección, Carmen Morodo. Tanto el presidente, como el vicepresidente, como el director y los restantes tres subdirectores son hombres.
2. El periódico de La Razón dispone de cuatro delegaciones, en Castilla y León, en Andalucía, en Cataluña y en la Comunidad Valenciana, la única que está controlada por una mujer, Monty Parera, es la delegación de Cataluña. Además, el presidente del Consejo de Administración y el subdirector general también son hombres.
3. La Razón cuenta con once jefes de redacción, ocho hombres y tan solo tres mujeres.

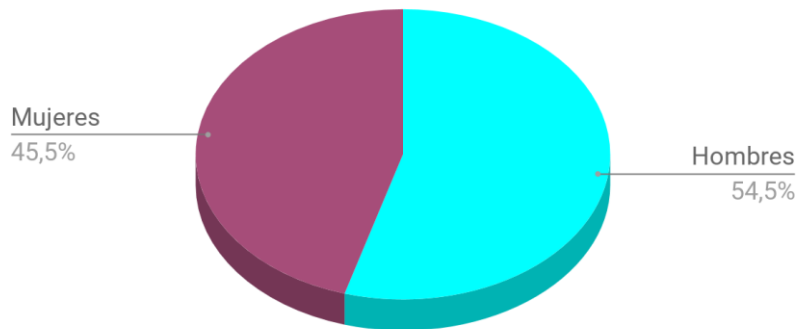
Jefes de redacción de La Razón



Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por la página web de La Razón.

4. El 54,5% de los jefes de sección son hombres.

Jefes de sección de La Razón

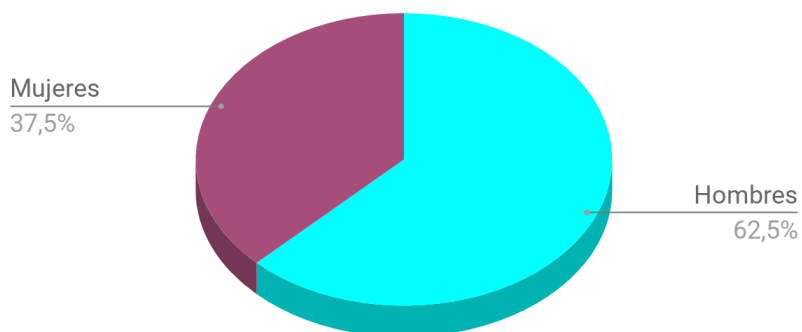


Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por la página web de La Razón.

5. El 62,5% de los directores son hombres:

- Miguel Ángel García Palomares, director técnico.
 - Álvaro Aguirre, director financiero.
 - Rafael López, director de Marketing Promocional.
 - Javier Pérez Parra y Manuel Torres, directores de publicidad.
- Y tan solo el 37.5% son mujeres:
- Monty Parera, directora de la delegación de Cataluña.
 - Noemí Herreruela, directora de distribución.
 - Laura Llamas, directora de Investigación y Marketing.

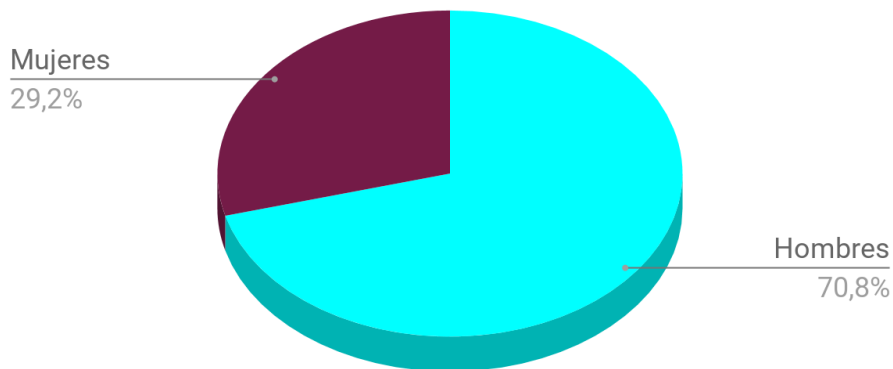
Directores de las diferentes secciones de La Razón



Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por la página web de La Razón.

Con los datos proporcionados por la página web del diario se ha podido saber que La Razón consta de 48 empleados, 34 hombres y tan solo 14 mujeres.

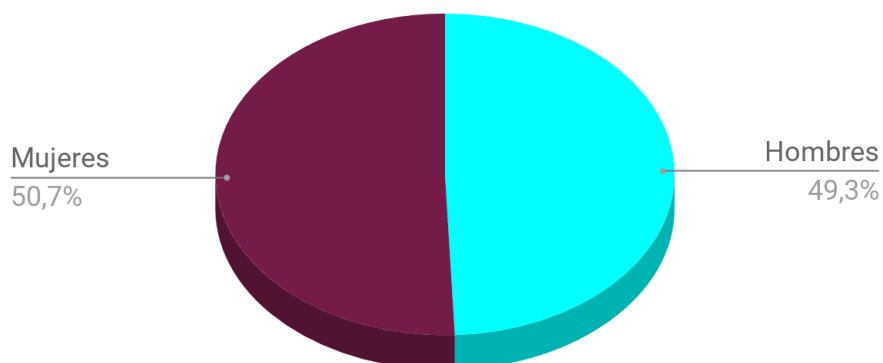
Empleados de La Razón según su página web



Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por la página web de La Razón.

El **Diari ARA**, es el segundo medio de prensa escrita que se ha analizado para desarrollar esta investigación. Es un medio de comunicación de prensa escrita de tirada autonómica, de Cataluña, que cuenta con 146 trabajadores: 74 mujeres y 72 hombres.

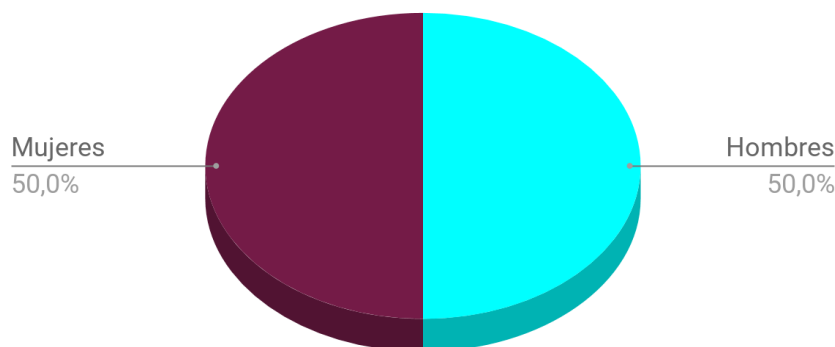
Trabajadores del Diari ARA



Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por Estrella Morales, gabinete de dirección del Diari ARA.

Para obtener la información requerida de este medio se contactó con Estrella Morales, que pertenece al gabinete de dirección del medio. El Diari ARA es uno de los pocos medios de comunicación en España que cuenta con una mujer en la dirección, Esther Vera. El director adjunto es Ignasi Aragay y en los cargos de subdirectores hay una presencia femenina mayoritaria, algo inusual hasta el momento ya que todos los medios de comunicación que se han analizado hasta el momento la presencia masculina era la predominante, tanto en la dirección como en la subdirección del medio. Las tres mujeres subdirectoras del Diari ARA son Catalina Serra, Sílvia Barroso y Georgina Ferri, y los dos hombres son, David Miró y Jordi Cortada.

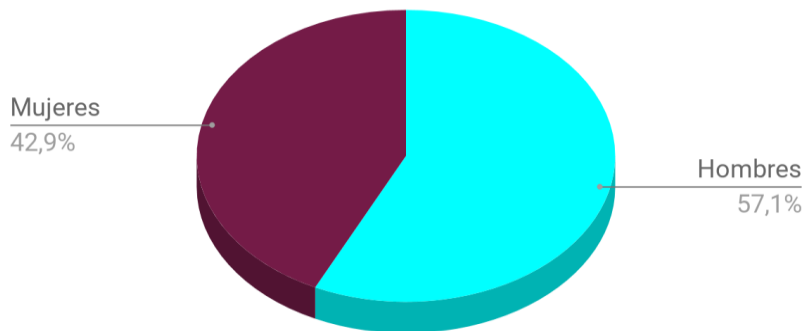
Puestos directivos del Diari Ara



Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por Estrella Morales, gabinete de dirección del Diari ARA.

En lo referente a la dirección de las diferentes secciones del Diari ARA la presencia mayoritaria de hombres vuelve a resurgir, todo y que la diferencia entre las secciones dirigidas por mujeres y por hombres es pequeña, el 57,1% son directores y el 42,9% son directoras.

Jefes de secciones del Diari ARA



Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por Estrella Morales, gabinete de dirección del Diari ARA.

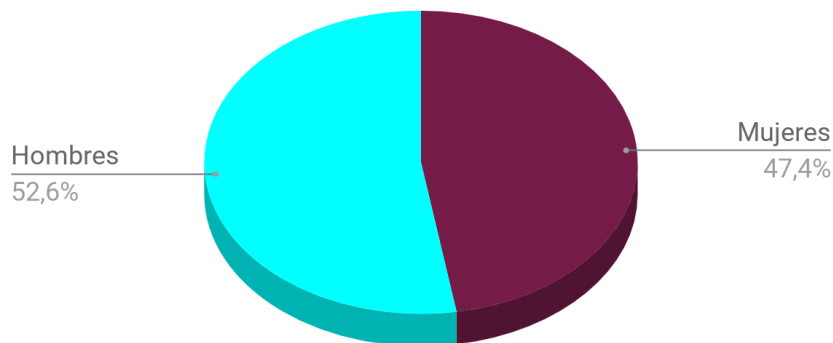
Cuando se preguntó por el sueldo que perciben los empleados de dicho medio no se concedió los datos exactos aunque sí se aclaró que no se hace ninguna distinción entre hombres y mujeres. Los sueldos son los mismos si las tareas que desarrollan son las mismas.

Por último, la media total de la plantilla masculina es de 37 años y la de la plantilla femenina es de 36.5 años.

Una vez analizados los dos medios de prensa escrita tradicional se analizó a dos medios de comunicación españoles digitales. El primero en analizar fue **VilaWeb**, un diario electrónico independiente creado en 1995. Es el primer y principal diario electrónico en catalán tanto en número de lectores como en reconocimiento público.

Este medio de comunicación pese a intentar contactar con ellos, de diferente manera, no hemos recibido respuesta alguna por su parte, por lo que la información que se va a exponer a continuación ha sido extraída de su página web. Vilaweb cuenta con 19 trabajadores, 9 mujeres y 10 hombres.

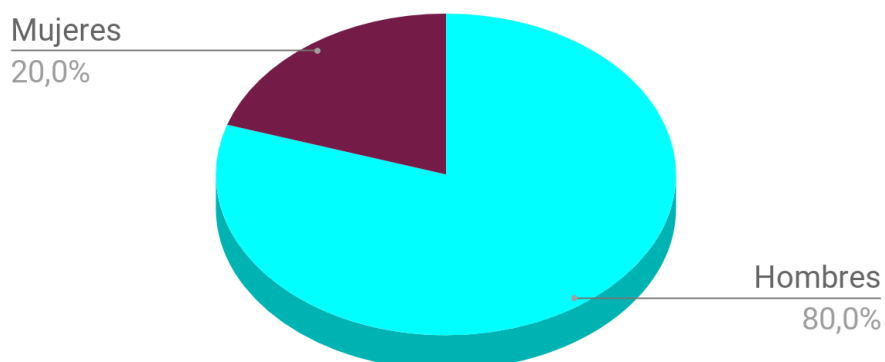
Trabajadores de VilaWeb



Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por la página web del medio digital VilaWeb.

Los puestos directivos de este medio digital están ocupados en su gran mayoría por hombres. El director de Vilaweb es el Vicent Partal, los directores de secciones también son dos hombres quienes ocupan esos cargos, Josep Casulleras i Roger Cassany y el jefe de estilo, Jem Cabanes, también es varón. Las únicas secciones que están ocupadas en su totalidad por mujeres es: el puesto de editora, ocupado por Assumpció Maresma Matas, el área de administración, ocupada por Sandra Vilalta y el área de contenidos, que está ocupada por tres mujeres, Rosa Bargés, Lorena Pérez, Clara Fuster.

Cargos directivos de VilaWeb

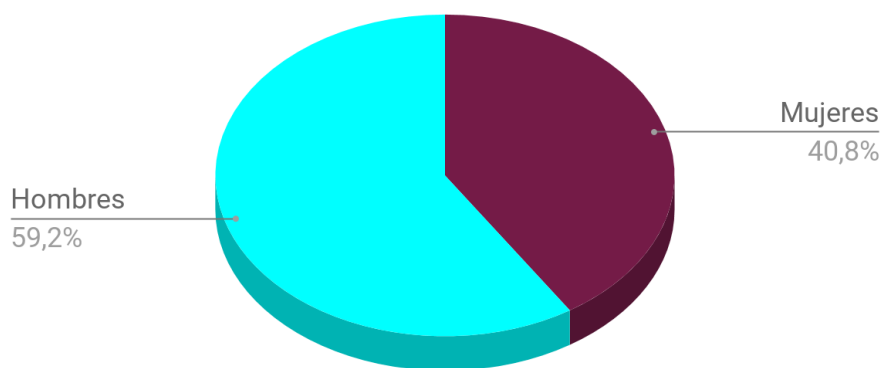


Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por la página web del medio digital VilaWeb.

En lo referente a la media de edad y al salario de los empleados de VilaWeb no se tiene constancia de estos datos, ya que no han sido facilitados por el medio, anteriormente mencionado, para realizar esta investigación.

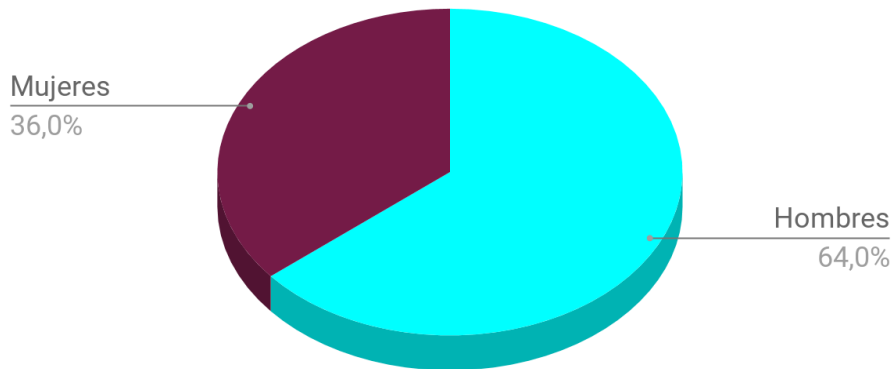
El último medio analizado es el medio digital, **eldiario.es**. Este medio de comunicación digital, fundado en 2012, cuenta con 71 empleados, 29 mujeres y 42 hombres. La dirección del medio está dividida por el director y los subdirectores, los copropietarios y los directores de las diferentes secciones. En este caso la igualdad en los cargos directivos no es patente, ya que de los 25 cargos tan solo 9 están ocupados por mujeres y 16 por hombres. La paridad entre el resto de empleados también es inexistente pero en la entrevista con la subdirectora del medio, Neus Tomás, se confirmó que próximamente se instalará un plan de igualdad para conseguir la equidad en el diario.

Trabajadores de eldiario.es



Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por Neus Tomás, subdirectora de eldiario.es

Cargos directivos de eldiario.es



Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por la página web de eldiario.es

En lo referente al sueldo que cobran sus trabajadores, la información que concedieron para realizar esta investigación fue la siguiente.

“No hay distinción de sueldos en los referente a géneros. Los suelos se asignan por categorías, cuanto más responsabilidad más sueldo. El género del empleado no se tiene en cuenta para asignar la cantidad que perciben por realizar su trabajo.”

Por último, la media de edad de los trabajadores del diario.es no está recogida en ningún sitio pero la subdirectora del medio afirma que:

“ La media de edad de los empleados del diario.es es inferior a la de la mayoría de las redacciones.”

4.2 Entrevistas

Para tener una visión más directa de lo que realmente ocurre en los medios de comunicación se ha entrevistado a tres mujeres periodistas, que ocuparon y ocupan roles diferentes en los medios de comunicación. La primera entrevistada fue Núria del José, licenciada en Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona en 1994. De José, comenzó a ejercer el periodismo en la sección de deportes de la Televisión de Mataró y del diario Crónica de Mataró, entre otras colaboraciones en medios locales de la comarca del Maresme, como Radio Premià de Mar, donde estuvo a cargo de los informativos y después como directora de la radio durante once años. Fue directora de Contenidos de COMRàdio durante cuatro años, empresa a la que se incorporó como coordinadora de Programas en 2007. Actualmente, es coordinadora de Proyectos y Contenidos de en La Red (Red Audiovisual Local). Cabe destacar que el equipo de coordinación de A la xarxa está formado por 10 personas, 9 de las cuales son mujeres. Pero el director es un hombre, de hecho en el consejo de dirección solo hay una mujer.

La segunda periodista entrevistada para realizar la parte práctica de este trabajo fue Isabel Muntaner. Actualmente, colabora en algunos medios haciendo un periodismo feminista, es profesora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona y es una de las responsables del Máster de Comunicación que se imparte en la misma Universidad.

Y por último, se entrevistó a Neus Tomás que empezó como periodista en Cadena Ser, gracias a las becas que se conceden desde la emisora, y estuvo durante siete años trabajando en la emisora de radio más escuchada de toda España, un año en la emisora de Lleida y seis en la de Barcelona encargándose de la información política. Después empezó a trabajar en la Generalitat de Catalunya, durante tres años, llevando la dirección de la oficina del portavoz y después inició su carrera en el Periódico de Catalunya como redactora de política, un año en Madrid, después como jefa de política, primera vez que había una mujer ocupando ese puesto de trabajo. Poco después, fue

directora adjunta del mismo medio de comunicación, que también era la primera vez que había una mujer desempeñando esa labor. Y actualmente, lleva seis meses en el Diario.es como subdirectora del medio. Con lo que está muy acostumbrada a ser la única mujer que ocupa puestos directivos en los medios en los que ha estado trabajando.

El tema central en todas las entrevistas ha sido el objeto de estudio de esta investigación, la evolución de la mujer en los medios de comunicación desde 2006 hasta 2015. Para hacer más fácil la comprensión del papel de la mujer periodista en los últimos años en España se ha analizado estos encuentros a partir de las experiencias personales de cada una, marcadas por las desigualdades, más que evidentes, en esta profesión.

4.2.1 Experiencia personal

Todas las mujeres entrevistadas han descrito diferentes situaciones de desigualdad a las que han tenido que hacer frente a lo largo de su carrera como comunicadoras.

Un ejemplo de ello es Núria del José, actual coordinadora de Proyectos y Contenidos de en La Red, que se le hizo extraño empezar su labor como periodista en una redacción donde apenas había mujeres.

“Yo empecé a ejercer el periodismo en la sección de deportes de la Televisión de Mataró y era evidente que el número de redactores hombres era mucho mayor que el de redactoras mujeres”

Otra comunicadora que ha tenido que hacer frente a la homogeneidad de hombres en los medios de comunicación es Isabel Muntaner. Una de las máximas responsables del Máster de Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona, confiesa haberse sentido discriminada por el simple hecho de ser mujer y por querer hacer un periodismo feminista.

“A lo largo de mi carrera como periodista me he sentido discriminada por el simple hecho de ser mujer y por querer hacer un periodismo feminista, donde se traten temas conflictivos, como el aborto. Pero es más, no creo que haya ninguna mujer que no haya sido acosada sexualmente o discriminada por el simple hecho de ser mujer”

Para la actual subdirectora del Diario.es, Neus Tomás, también fue sorprendente, aunque ya no lo es tanto, las reacciones que tuvieron sus compañeros de profesión cuando se pusieron a sus órdenes, ya que ha ocupado cargos directivos en los diferentes medios de comunicación donde ha trabajado.

“A mi ya no se me hace raro ocupar esos puestos directivos que tradicionalmente han estado ocupados por hombres. Pero la primera vez que me puse al cargo de todo el Periódico de Catalunya sí que lo fue, porque todos los que estábamos en esa reunión escogiendo los temas que ocuparían la portada del día siguiente eran hombres. Fue extraño, incluso algunos de los hombres que estaban en esa reunión, y que llevaban ocupando puestos directivos desde hacía más de 20 años, me confesaron que se le hacía muy raro ver a una mujer ocupando un cargo de tanta responsabilidad. Pero poco a poco te vas acostumbrando y ya no se te hace tan extraño ser la única, o una de las pocas mujeres, que están presentes en ese tipo de reuniones”

Actualmente, Neus Tomás ocupa un cargo directivo en el Diario.es, un medio de comunicación digital español y confiesa haber notado un gran cambio en materia de igualdad.

“En el Diario.es he notado un cambio en la política interna del medio, marcada por la lucha por la igualdad de géneros en todos los ámbitos del medio. Disponen de un plan de paridad que determina que los trabajadores que desempeñen sus funciones en ese medio deben ser mitad hombres y mitad mujeres, como mínimo. Tienen un consejo de redacción y de administración igualitario. El Diario.es se ha convertido en el único medio de comunicación en

España que está interponiendo medidas firmes para conseguir ser un medio de comunicación igualitario.

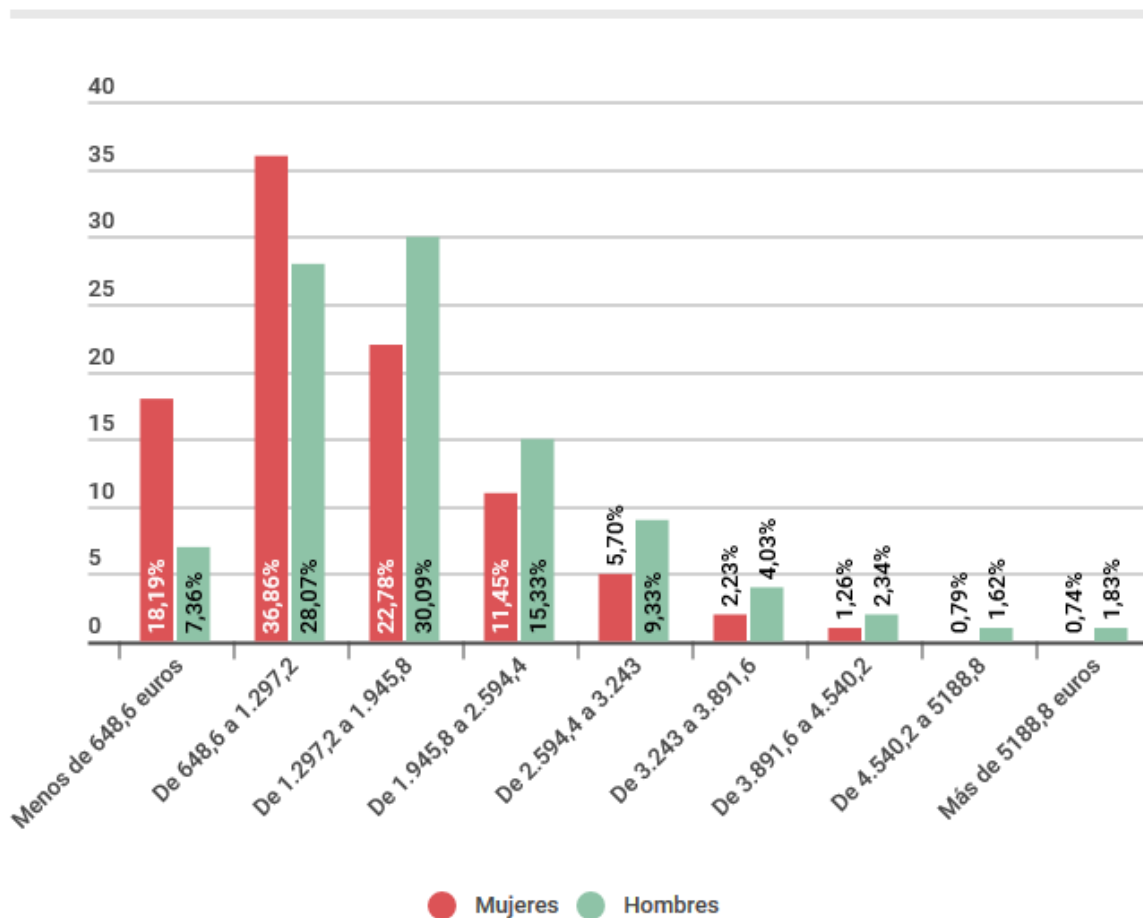
También es cierto que yo venía del Periódico de Catalunya, que está dirigido tradicionalmente por hombres y donde la presencia de la mujer en puesto directivos es inexistente. Pero es cierto, que sí que he notado un cambio en las nuevas generaciones porque están más acostumbrados a ver mandar a una mujer y no lo ven como una intromisión. Sin embargo, todavía queda un largo camino para conseguir la igualdad en el Periodismo, ya que es contradictorio que desde los medios de comunicación estemos sometiendo al escrutinio a políticos o personajes públicos para que luego esa paridad no se produzca en los trabajadores de los medios de comunicación”

4.2.2 La Brecha Salarial

En 2018, Europa Press publicó la brecha salarial existente en España. “El salario medio de las mujeres en España es 5.941 euros inferior al salario medio de los hombres, según la última Encuesta anual de estructura salarial del Instituto Nacional de Estadística (INE) correspondiente al año 2015, que sitúa el salario medio de los hombres en 25.992,76 euros y el de las mujeres en 20.051,58 euros. La desigualdad entre sexos es apreciable a lo largo de toda la distribución salarial. Así, en el año 2015, el 18,2% de las mujeres tuvo ingresos salariales menores o iguales que el Salario Mínimo Interprofesional (SMI), 648,60 euros, mientras que la proporción de hombres con ese salario fue del 7,4%. Si se tienen en cuenta los salarios más elevados, el 9,8% de los hombres presentó unos salarios cinco veces o más superiores al SMI, frente al 5% de las mujeres.”

Porcentaje de trabajadores en función de su ganancia con respecto al Salario Mínimo

Interprofesional (SMI)

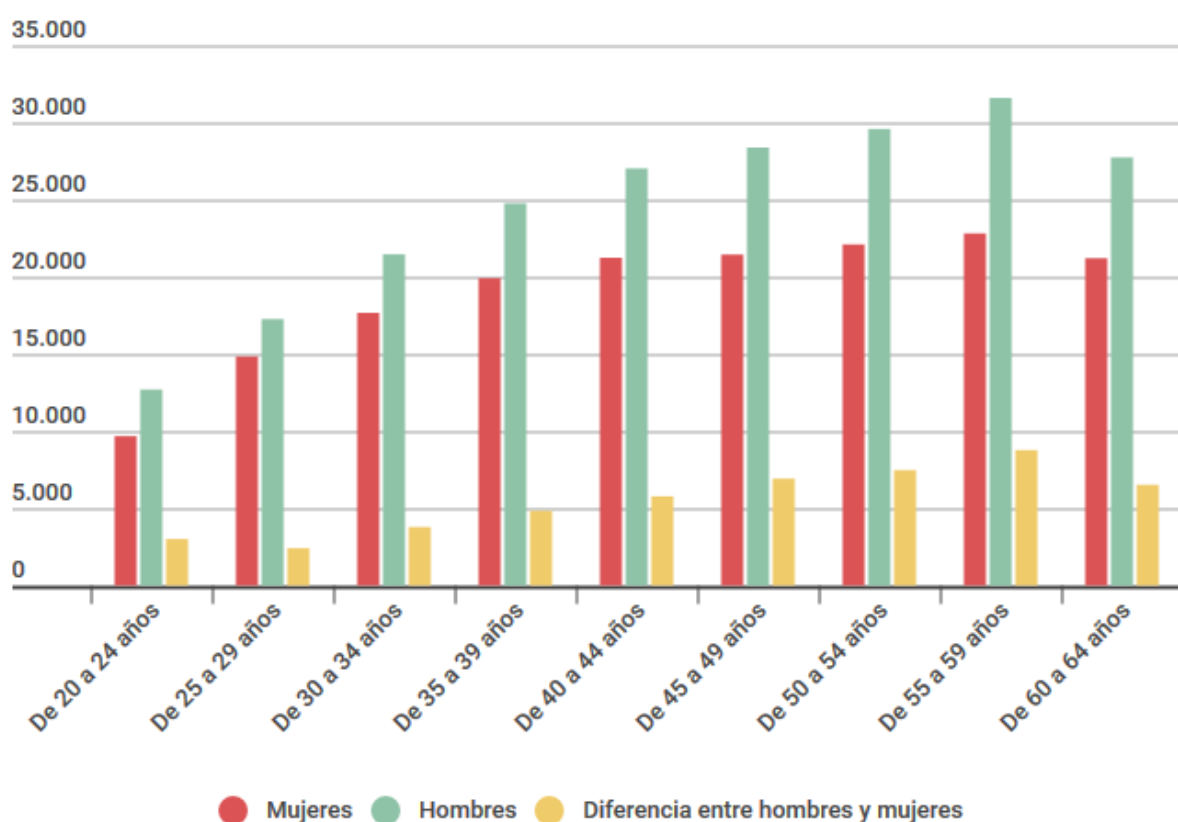


Fuente: INE

Fuente: Gráfico extraído de la noticia publicada por Europa Press el 6 de marzo de 2018 titulado “Huelga feminista 2018: la brecha salarial, en ocho gráficos” con los datos que extrajo del Instituto Nacional de Estadística, INE.

“Esta diferencia en lo que cobran hombres y mujeres se aprecia a lo largo de toda la vida laboral, desde las trabajadoras más jóvenes a las de más edad, incrementándose la diferencia de salarios a medida que los trabajadores van cumpliendo años:”

Ganancia media por sexo



Fuente: Gráfico extraído de la noticia publicada por Europa Press el 6 de marzo de 2018 titulado “Huelga feminista 2018: la brecha salarial, en ocho gráficos” con los datos que extrajo del Instituto Nacional de Estadística, INE.

Cuando se le preguntó a Núria del José por este tema verificó que los medios de comunicación públicos sí que pagaban de manera igualitaria a ambos géneros pero que desconocía si esta situación también se daba en los medios privados.

“En los medios de comunicación públicos, que es donde he ejercido como periodista, las mujeres y los hombres cobran lo mismo por hacer el mismo trabajo. En el caso de los medios de comunicación privados lo desconozco”

Neus Tomás confesó haber tenido la sospecha de estar cobrando menos que un compañero suyo de profesión por hacer el mismo trabajo e inclusive

dedicarle más horas a ello, pero nunca tuvo pruebas de ello. Pero eso no fue todo, ya que tuvo que aguantar los argumentos de un empresario español que justificaba la brecha salarial entre géneros de la siguiente manera.

“En una entrevista con un empresario donde se hablaba de la igualdad salarial me encontré con un razonamiento más que equivocado que utilizó para justificar esta distinción salarial. Para este empresario se debía bajar el sueldo a los hombres para que así tanto hombres como mujeres cobrasen lo mismo, provocando una recesión económica en el país. Yo le contesté que los sueldos también se podían equiparar por lo alto y que si quería justificar la brecha salarial entre hombres y mujeres de esa manera era un gran error porque realmente la realidad no era como él estaba intentando explicar”

Para solventar esta disparidad salarial debe de haber una implicación del gobierno del país y así lo expone Neus Tomás.

“Para conseguir acabar con la brecha salarial entre hombres y mujeres se debe implicar el gobierno de un país. A través de leyes que fomenten esta igualdad se puede conseguir que se haga realidad. En España, teóricamente se puede denunciar si has comprobado que estás cobrando menos que tu compañero por hacer el mismo trabajo que él. Aunque la realidad sea que si el medio que has denunciado se entera de la denuncia y te amenaza con echarte o con otras medias pues al final acabas desistiendo y olvidándote del asunto. Yo alguna vez he pensado que cobraba menos que un compañero por hacer el mismo trabajo, pero nunca lo he comprobado y debería haberlo hecho. La única manera de erradicar la brecha salarial es obligando a los medios de comunicación a pagar lo mismo tanto a hombres como a mujeres mediante una ley”

Para Isabel Muntaner, que actualmente se hable de temas de igualdad se ha convertido en la tónica habitual de la sociedad española, pero espera que sirva para concienciar a la sociedad y cambiar las desigualdades a las que están sometidas las mujeres.

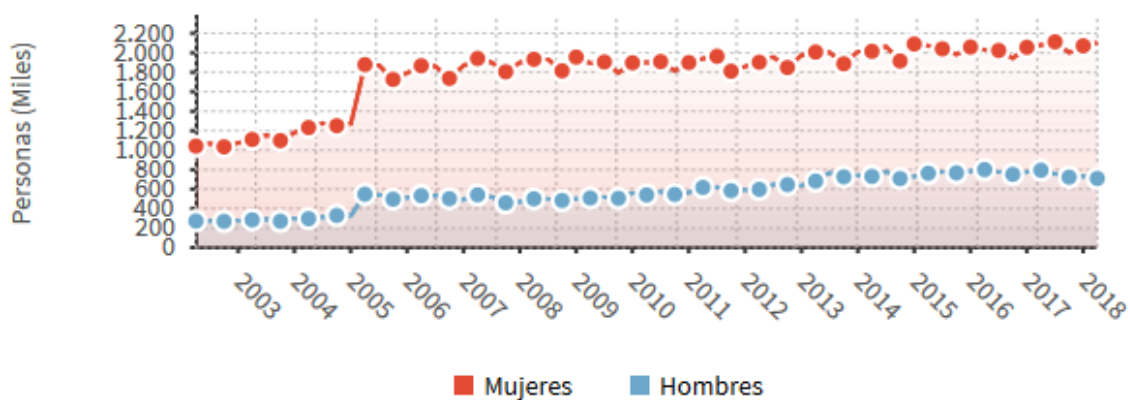
“Ahora está de moda hablar de la integración de la mujer y de la igualdad. Pero a la hora de la verdad, las mujeres siguen cobrando menos por hacer lo mismo trabajo que un hombre. Seguimos teniendo un papel secundario y socialmente vinculado con tareas familiares y no laborales y eso tiene que cambiar. Pero para que ese cambio tenga lugar, las mujeres deben hacerse valer y no normalizar estas desigualdades”

4.2.3 La conciliación del trabajo con la familia

Tal y como publicaba Europa Press en la noticia anteriormente citada, uno de los motivos que provoca esta brecha salarial en España es la conciliación. “La mayoría de expertos coinciden en que el número de excedencias, reducciones de jornada y jornadas a tiempo parcial a las que se acogen las mujeres para cuidar a personas a su cargo es uno de los grandes factores que construyen a esta brecha salarial. Durante 2017 se registraron 55.133 excedencias para cuidar de un hijo, de menores acogidos o de otros familiares y, de ellas, 49.934 (el 90,57%) fueron solicitadas por mujeres, según datos del Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Además, de acuerdo a la Encuesta de Población Activa, en el cuarto trimestre de 2017 había 2 millones de ocupadas trabajando a tiempo parcial en toda España, frente a unos 733.300 hombres en esa situación, menos de la mitad”

La brecha de género en los trabajos a tiempo parcial

Número de ocupados que trabajan a tiempo parcial, por sexo



Fuente: Gráfico extraído de la noticia publicada por Europa Press el 6 de marzo de 2018 titulado “Huelga feminista 2018: la brecha salarial, en ocho gráficos” con los datos que extrajo del Instituto Nacional de Estadística, INE.

“El peso que las mujeres asumen en las tareas del hogar se ve también en el uso del tiempo: las mujeres dedican al cuidado de los hijos 15 horas más a la semana que los hombres. Y también sobre ellas recae en mayor medida el peso del cuidado de los mayores y dependientes, de acuerdo a la encuesta sobre el Empleo del tiempo, conciliación trabajo y familia del INE.”

Horas semanales dedicadas a tareas domésticas

	Hombres	Mujeres
Cuidado o educación de hijos	23	38
Cuidado o educación de nietos	16	16
Cocinar o hacer labores domésticas	11	20
Cuidado de familiares, vecinos o amigos enfermos o con discapacidad menores de 75 años	14	20
Cuidado de familiares, vecinos o amigos enfermos o con discapacidad mayores de 75 años	14	18

Fuente: INE

Fuente: Gráfico extraído de la noticia publicada por Europa Press el 6 de marzo de 2018 titulado “Huelga feminista 2018: la brecha salarial, en ocho gráficos” con los datos que extrajo del Instituto Nacional de Estadística, INE.

Para Núria del José, la conciliación es uno de los problemas más importantes a los que tiene que hacer frente la mujer periodista.

” Es evidente que cualquier mujer periodista debe escoger qué faceta quiere priorizar, si la faceta familiar o la profesional. Yo siempre he tenido claro que siempre iba a priorizar mi faceta como madre. No quiero estar a las diez de la noche en reuniones y trabajando. Quiero que mi hijo me conozca y con esto no estoy diciendo que no me importe mi carrera profesional, porque me importa

mucho, pero sí que es cierto que hay otros asuntos que me preocupan más. El Periodismo requiere muchas horas y muchos sacrificios y estoy segura de que he dejado escapar muchas cosas que me hubiesen servido para mejorar mi trayectoria profesional por mantener mi faceta como madre”

Aunque reconoce haber tenido suerte con los hombres con los que ha trabajado, ya que le han facilitado la conciliación de su vida familiar con la laboral. Además, culpabiliza a la crisis económica que ha sufrido España en los últimos años de provocar que haya poca presencia de mujeres en los puestos directivos de los medios de comunicación españoles.

“Creo que he tenido mucha suerte con los hombres que me ha tocado trabajar cuando ocupaba cargos directivos, ya que han entendido lo difícil que resulta conciliar mi vida familiar con mi vida profesional. Es cierto que eran otros años. Desde 2007 hasta el 2011-2012 se produjo un cambio de mentalidad en los hombres que pasaron a entender y apoyar la conciliación laboral con la familiar y también en las mujeres que lucharon para que ese proceso tuviese lugar de la manera más sencilla posible. Este cambio coincidió con unas medidas gubernamentales dirigidas a visualizar la importancia de la conciliación. Era una época en la que estaba muy mal visto que se formase un equipo directivo y que no hubiese presencia femenina.

A partir de 2011-2012, causado, posiblemente por la crisis económica que sufría España en ese momento, se produjo un retroceso. Es constatable que en los medios de comunicación locales durante la época de esplendor económico se produjo un notable incremento de mujeres en los puestos directivos porque había hombres que se iban a trabajar a otros medios”

De José, reconoce que a las mujeres dejan de competir por conseguir mejores condiciones laborales en el momento en el que son madres, ya que deciden priorizar su faceta como madre y no la de periodista.

“Creo que las periodistas dejamos de competir por ascender en el momento en que nos convertimos en madres. Es en ese momento, cuando se produce una desaceleración en tu carrera profesional. Y esto sucede porque te planteas

temas de conciliación que te impiden dedicarle más tiempo a tu trabajo porque ya tienes otras obligaciones, en este caso familiares”

También admite lo mal que se han tratado a las mujeres periodistas en España.

“Durante la época de la transición, en España, ha habido muchísimas mujeres que han sacrificado ser madres o formar una familia por su carrera periodística y luego se las ha tratado fatal. Muchas de esas mujeres se han visto en la calle, a causa de los números ERES que se han producido en diferentes medios de comunicación y eso es muy injusto. Afortunadamente luego esas mujeres han vuelto a ser contratadas”

Por todo ello, Núria de José considera que para que esta situación de desigualdad entre hombres y mujeres acabe los hombres deben hacer un cambio de mentalidad.

“La solución para que realmente no existan problemas de conciliación empieza con los hombres aceptando que ellos también deben dedicarles tiempo a sus hijos. Se tiene que producir ese cambio de mentalidad. Y creo que poco a poco, se está produciendo en la sociedad periodística actual con las nuevas generaciones. Hasta que los hombres no logren entender que la parcela familiar es tan importante como la laboral no estaremos compitiendo en igualdad de condiciones”

“En los países nórdicos los hombres son los que deciden que no quieren descuidar su dedicación familiar por dedicarle más horas a la laboral. Ese cambio de mentalidad, que en España es prácticamente inexistente, se ha conseguido a través de leyes que fomentaban esa integración”

En cambio, la conciliación para Isabel Muntaner es un problema que no se quiere solucionar desde las direcciones de los medios de comunicación, ya que a los directores les beneficia contratar a hombres y no a mujeres.

“Los medios de comunicación contratan a hombres porque como no cogerán bajas de maternidad y no les ocasionarán tantas dificultades, por lo que sus medios de comunicación funcionarán mejor. Algo que no es cierto, ya que se ha demostrado que los medios de comunicación donde todo son mujeres funcionan mucho mejor, también económicamente. Para cambiar esta mentalidad errónea es necesario tener una perspectiva de género igualitaria y esto solo se consigue con una educación óptima, que hasta el momento es inexistente ya que no hay ningún plan educativo orientado a esta igualdad de géneros actualmente en España.”

Muntaner reconoce que nunca ha tenido que escoger entre ser madre o periodista, pero admite la dificultad de concordar ambas cosas.

“Nunca he tenido que escoger entre mi familia o mi labor como periodista. Pero sí que es cierto que es muy difícil compaginar ambas cosas. Al capitalismo le va muy bien que la mujer esté destinada socialmente al cuidado de los hijos y de la casa mientras que los hombres trabajan y dedican su tiempo a aquello que les gusta laboralmente hablando. Si la mujer no dispone del tiempo necesario para cuidar a sus hijos se genera un sentimiento de culpabilidad en ellas que les frena en el ascenso laboral y eso también es beneficioso para la sociedad capitalista actual”

Si la conciliación familiar y laboral para una mujer periodista se ha convertido en una tarea muy difícil, para una periodista que además ocupa un cargo directivo la dificultad se multiplica. Es el caso de Neus Tomás que pese a todos los obstáculos a los que tuvo que hacer frente para compaginar ambas facetas decidió ser madre y subdirectora del Diario.es.

“Sí, es difícil conciliar el ámbito laboral y el familiar, pero es difícil para la mujer y también para el hombre. Es un trabajo, el de conciliación, que se debe realizar entre los dos. Evidentemente que no es fácil”

“Una amiga mía, que también ocupa un cargo directivo importante en un medio de comunicación, me confesó que como mujeres periodistas debíamos

renunciar a ser madres si queríamos ocupar puestos directivos en los medios de comunicación porque es imposible conciliar el ámbito profesional con el familiar por temas de horarios. Pero yo me negué a aceptarlo. Yo tengo un hijo e hice mi baja de maternidad. Es un error creer que tu decisión de ser madre te va a coartar tu proyección profesional como periodista. Es una traba que les juega en contra a las mujeres pero que aún sigue impregnada en la sociedad actual. Es cierto que, muy posiblemente, haya renunciado a tener un segundo hijo porque tanto mi pareja como yo nos dedicamos al mundo de la comunicación, con lo que no disponemos de un horario fijo y fácil para compaginar ambos ámbitos y tampoco tenemos unos abuelos o unos hermanos que nos puedan ayudar”

“Cuando tuve a mi hijo ya tenía 36 años, con lo que mi trayectoria profesional ya estaba encauzada pero nunca pensé que mi hijo me iba a condicionar en el trabajo. Lo que sí es cierto es que ya no viajo tanto o ahora que estoy entre Barcelona y Madrid si puedo coger el primer ave y luego último de vuelta a Barcelona para estar unas horas con mi hijo lo hago y no me quedo en un hotel en Madrid. La normalidad sería que fuese igual de fácil tomar estas decisiones tanto para ellos como para nosotras.

Neus Tomás enfatiza en la importancia de que las mujeres se mentalicen que el hecho de ser madre no les tiene que privar de seguir ascendiendo en su carrera profesional y que no deben de dejar pasar oportunidades laborales por ser madres.

“Lo importante es que no debemos de renunciar a una plaza por ser mujer y ser madre, si quieres renunciar que sea porque no te interesa la plaza. Y para conseguirlo tiene que haber más mujeres dispuestas a no hacerlo”

Tomás confiesa que está percibiendo un cambio en las nuevas generaciones que están más acostumbradas a ver a sus madres trabajar y no disponer de unos horarios que les permitan compaginar ambos ámbitos con facilidad.

“Las nuevas generaciones ya ven como algo normal que sus madres trabajen y que no tengan un horario que les permite recogerlos del colegio todos los días. Por lo que ese cambio de concepción del rol de la mujer está cambiando en la sociedad actual”

4.2.4 Las mujeres en puestos directivos

Uno de los condicionantes que provoca que las mujeres tengan más dificultades para acceder a los puestos directivos de los medios de comunicación españoles es la conciliación, aunque no es el único.

La homogeneidad histórica del hombre en los puestos directivos es el principal problema para Isabel Muntaner que encuentra la solución para cambiar esta situación de desigualdad en el periodismo feminista, impulsado por periodistas feministas.

“Los hombres todavía ven como algo normal que la mayoría de puestos directivos están ocupados por ellos. No ven que haya una desigualdad y eso también impide que se produzca una paridad. Ceder poder es muy difícil, ninguna revolución se ha ganado porque el que tenía poder ha cedido tener menos para conseguir una sociedad más igualitaria”

“Las mujeres ocupan puestos de trabajos menos reconocidos socialmente y peor pagados. Solo hay que analizar las direcciones de la mayoría de los medios de comunicación españoles, ocupados, en su gran mayoría, por hombres, y los puestos de productores, ocupados, en su gran mayoría por mujeres para darse cuenta de la desigualdad. Aunque es cierto que la manera de hacer periodismo está cambiando”

“Las mujeres periodistas lo tienen muy difícil porque tienen que romper ese techo de cristal del que no disponen sus compañeros. Una discriminación laboral que cuesta mucho romper porque los directivos o altos cargos de los medios de comunicación están formados por hombres que no quieren cambiar

esa situación de discriminación laboral y finalmente porque hay una tradición socialmente aceptada que dictamina que la mujer debe hacerse cargo de los hijos y de la casa. Si todo esto lo juntas pues se origina una serie de dificultades a las que se tienen que enfrentar diariamente las mujeres periodistas”

Para Isabel Muntaner, las mujeres feministas son las que deben impulsar este cambio hacia una sociedad más paritaria.

“Todo cambio hacia la igualdad de géneros debe estar impulsado por una mujer feminista. Los hombres deben de jugar el papel de aliado y ayudar a que se produzcan cambios, pero si queremos que haya más igualdad o una paridad de géneros en los medios de comunicación debemos poner a una mujer feminista en la dirección”

Para Núria del José la conciliación vuelve a ser el principal problema para que las mujeres no quieran formar parte de los cargos directivos de los medios.

“Uno de los grandes problemas por los cuales las mujeres no ocupan puestos directivos en los medios de comunicación es la conciliación. Ocupar cargos de tanta responsabilidad conlleva dedicarle muchas horas que muchas periodistas no están dispuestas a dedicarles porque priorizan su faceta familiar por encima de la laboral”

La subdirectora del Diario.es, Neus Tomás, desconoce la dificultad extra que puede suponer a las mujeres acceder a un puesto directivo en los medios de comunicación. Pero reconoce la diferencia de trato que reciben las mujeres y los hombres.

“No sé si es más fácil o más difícil acceder a puestos directivos si eres mujer porque el periodismo es una profesión donde se destaca por el trabajo y por el talento de cada profesional que se dedica a ello, pero sí que es cierto que por el simple hecho de ser mujer ya escuchas ciertos comentarios como nena o guapa, que no reciben tus compañeros varones. Frente a esas situaciones lo

único que puedes hacer es decir que tú no te llamas así y que por lo tanto que no se dirijan a ti de esa forma”

Además, destaca las diferencias patentes entre un hombre y una mujer, en la manera de dirigir un medio de comunicación.

“La manera de dirigir de una mujer es muy diferente a la de un hombre. Una mujer siempre intenta buscar la solución y no el problema, aunque eso suponga hablar con mucha más gente y dedicarle más tiempo. En cambio, es más habitual escuchar a un hombre decir que esto se debe hacer así porque lo digo yo y ya está. Y esto sucede porque las mujeres empiezan desde abajo y van ascendiendo, lo que les permite tener una capacidad mayor de escuchar a las personas que tienen menos “poder” o “importancia” pero que pueden aportar soluciones igual de válidas que las que puede sugerir una persona con más peso dentro del medio de comunicación. Nosotras no debemos aspirar a mandar como ellos, hay que mandar porque te has ganado el respeto de tu equipo, porque sabes trabajar con ellos y porque eres merecedor de ocupar ese puesto directivo, sin olvidar que es cargo temporal. No me gusta generalizar, pero a menudo dirigimos mejor que ellos”

Neus Tomás destaca los cambios que se producirían en las piezas informativas si los puestos directivos estuviesen ocupados por mujeres y no por hombres.

“Si las mujeres ocupasen los puestos directivos de los medios de comunicación la manera de tratar la información cambiaría. Por ejemplo, si a Mundo Deportivo, en la televisión digital, estuviese una mujer en la dirección no se estaría publicando todos los días informaciones sobre las novias, mujeres o amantes de los futbolistas, a cuál con menos ropa. No me puedo imaginar a una mujer haciendo este tipo de informaciones permanentemente. Puede pasar que un día se te escape, pero es que son todos los días, con lo que no es un error, es una manera de no sé bien bien qué porque lo que sí tengo claro es que esas “informaciones” no son periodismo”

Para Neus Tomás esta situación tiene lugar porque la mentalidad de la mujer no está condicionada para que crean que pueden ocupar puestos directivos en los medios de comunicación.

“Para aumentar ese 11% de cargos directivos de medios de comunicación en España ocupados por mujeres debemos empezar a creer que cualquier mujer periodista puede llegar a ocupar ese cargo directivo. Y en el caso de que te ofrezcan para ocupar ese cargo, pensar que puedes hacerlo. Y, por último, debemos tener claro que necesitamos más mujeres en las direcciones de los medios de comunicación y que por lo tanto cualquier mujer puede ser una de ellas”

“A mí una vez un director de un medio de comunicación importante en España me dijo que de pequeño quería ser director y yo le contesté que yo de pequeña quería ser periodista. Y creo que ahí está la clave, nosotras también podemos soñar con ser directoras de los medios de comunicación y luego llegar a serlo porque, aunque nunca me imaginé que iba a ser subdirectora de un medio de comunicación, ahora lo soy. Lo que también implica que, si un hombre puede ocuparse de su trabajo y de su familia, una mujer también puede hacerlo sin problemas”

El periodismo es un reflejo de la sociedad actual, por ello cuando la televisión pública catalana, TV3, decidió hacer un debate sobre Puigdemont con la presencia de ocho directivos de medios de comunicación, y sólo uno de ellos era una mujer, se desató la polémica. Así lo explica Neus Tomás.

“Con el debate que se hizo en TV3 sobre Puigdemont el 15 de abril de 2018 se pudo comprobar la homogeneidad de hombres que ocupan los puestos directivos de los medios de comunicación españoles. De ocho altos cargos de los medios solo había una mujer. Todo y ser un reflejo de la sociedad actual española, una cadena de televisión pública no puede permitir que en un debate donde participan ocho personas solo haya una mujer. Si a la hora de preparar este debate descubres que la situación representativa no va a ser paritaria dispones de dos opciones: O intentas que vengan más mujeres que estén a

cargo de puestos directivos en los medios de comunicación o planteas otro tipo de debate donde sí exista una paridad entre los tertulianos invitados”

“Además en ese debate, la Esther Vera, actual directora del Diari Ara y única mujer directiva presente en el programa, alzó la voz para verbalizar una desigualdad que era más que evidente y uno de los tertulianos, en un intento de quitarle importancia a una situación totalmente disparataría e injusta, se excusó alegando que en su medio de comunicación había mujeres muy bien preparadas que podían ocupar cargos directivos a lo que la Esther Vera contestó que si eso era así cómo era posible que no estuviese ninguna de ellas en un puesto directivo si capacidad y preparación no les faltaba”

“La mejor manera de contestar a estos comentarios misóginos es con hechos, demostrándoles que las mujeres están igual de preparadas para ocupar puestos directivos, porque de no hacerlo y callarte, esos comentarios pueden llegar a paralizarse. Actualmente, algunos medios de comunicación ya han apostado por las mujeres para su dirección y les está yendo muy bien.”

4.2.5 La presencia de las mujeres en:

4.2.5.1 Los ámbitos opinativos

Si se analizan la cantidad de mujeres presentes en los espacios opinativos de los medios de comunicación comprobamos que su presencia es mucho menor que la de sus compañeros varones.

Para Neus Tomás esto sucede por varios factores:

“Las mujeres tienen menos presencia en programas o secciones de opinión porque:

1. Dedicar más tiempo a informarse y a crearse una opinión sobre el tema del que van a hablar.

2. No están dispuestas a opinar de todo. En general, los hombres están más dispuestos a opinar sobre cualquier asunto que las mujeres. Puede ser, que esto sea así porque ellos están más acostumbrados a hacerlo y las mujeres sean más analíticas.
3. Muchas veces cuando tú demandas a un experto en cualquier materia, ya sea en el campo jurídico, en el científico o en el educativo, a cualquier institución lo primero que te ofrecen es la voz de un experto no de una experta. Por lo que si tú quieres la voz de una mujer experta debes de hacer un esfuerzo extra, a su vez necesario, para encontrarla porque por lo general no son las primeras en aparecer y no porque no existan.
4. Y luego la inmediateza con las que se requieren las piezas periodísticas actualmente también juega en contra de las mujeres. Porque si tú necesitas que te haga un artículo de opinión para que se publique mañana y se lo estas pidiendo a las siete de la tarde por lo general, y causado por la concepción social que otorga a la mujer el peso del ámbito familiar, el hombre tendrá muchas más facilidades para poder hacerlo que una mujer.

Pero los medios de comunicación tenemos la obligación de mostrar una información opinativa paritaria, y me consta que en el Periódico de Cataluña y en el Diario.es se está haciendo el esfuerzo para que las mujeres también opinen. Porque es evidente que existen mujeres economistas, juristas, científicas... pero cuesta encontrarlas”

En cambio, para Núria del José esta presencia mayoritaria de los hombres en las secciones de opinión de los diferentes medios de comunicación se debe a que la mujer no está dispuesta a todo por su trabajo y a la conciliación.

“La hegemonía del hombre en los ámbitos opinativos está provocado por dos aspectos:

1. El primero es que la mujer no está dispuesta a todo por su trabajo.
2. Y, por otro lado, participar en espacios de opinión, asistiendo a las tertulias o haciendo un artículo de opinión para un diario, requiere sobre esfuerzo que muchas mujeres no están dispuestas a hacer por temas de conciliación. Cuando estaba en puestos directivos me costaba mucho encontrar a mujeres que quisieran o pudieran venir por temas de conciliación.

Además, una vez que me puse en contacto con una mujer para que viniese de tertuliana, pero se negó a venir alegando que ella no tenía el conocimiento necesario para poder opinar de todo y me pareció muy revelador porque para poder hablar sobre un tema primero debes saber mucho de ello sino es imposible”

No obstante, la revolución feminista es la solución idónea para solventar estas situaciones desiguales y así lo explica Isabel Muntaner.

“Como periodistas podemos formar parte de esta revolución feminista, pero para ello no hace falta hacer noticias o artículos dedicados exclusivamente a las mujeres. Es mucho más sencillo. Por ejemplo, a la hora de hacer un reportaje y de buscar unas fuentes que aporten credibilidad a tu trabajo puedes utilizar a mujeres expertas o a la hora de hacer artículos de opinión, si estás a favor de esa igualdad querrás que la opinión de las mujeres también esté presente. No hace falta hacer una asignatura específica que te enseñe la importancia de la mujer en la sociedad, poco a poco y de manera transversal se pueden ir dando voz a las mujeres expertas, que las hay”

Aunque es bastante reticente, ya que Isabel Muntaner considera que históricamente los puestos de poder siempre han estado ocupados por hombres y romper esa hegemonía que está incrustada en la sociedad es muy complicado.

“El poder siempre ha estado en manos de los hombres. Se considera que el hombre es mejor, por lo que su opinión es mucho más importante. Históricamente, y aun actualmente, nos encontramos es una sociedad patriarcal que se refleja en el periodismo, por eso a las mujeres les cuesta mucho llegar al poder y dar su opinión”

4.2.5.2 En las secciones de deportes

Pero la sección de opinión no es la única donde la desigualdad entre géneros es más que patente. Históricamente la sección de deporte ha estado ocupada por hombres, aunque poco a poco, con la incorporación de la mujer al periodismo, esta sección ha ido incorporando voces femeninas para informar de deporte.

Neus Tomás, se niega a pensar que las mujeres están destinadas a unas secciones determinadas. Para la subdirectora del Diario.es, los estereotipos están para romperlos y las mujeres se deben imponer en cómo se trata su imagen para atraer al espectador, pues su labor como periodistas es informar de la manera más rigurosa posible no ir con un escote pronunciado, si no quieres.

“Me niego a pensar que las mujeres periodistas estén delegadas a los magazines y a un tipo de programas más de entretenimiento. Debemos cambiar esa concepción de que los periodistas deben hacer deportes y las periodistas deben hacer la sección de gente. Y acabar, también, con que las pocas mujeres que se encargan de las informaciones deportivas lo hagan porque son monas y van con escote, en definitiva, porque son un busto andante y parlante. El ámbito deportivo es un terreno donde las mujeres todavía no han acabado de entrar, aunque hay mujeres periodistas, muy pocas por desgracia, siguiendo la actualidad deportiva de un club. Es muy extraño encontrarte a una mujer en las tertulias televisivas o radiofónicas dedicadas sobre todo al fútbol. Pero esto sucede porque tradicionalmente el deporte se ha asociado al fútbol y el fútbol a los hombres y a la testosterona y cambiar eso es

muy complicado. Nunca he entendido porque una periodista que va a comentar un partido de fútbol debe de ir prácticamente desnuda, pero ahí también nos tenemos que plantar las periodistas y negarnos a ser tratadas de esa manera. Es decir, si a ti te gusta ir vestida así perfecto, pero sí se te están obligando a llevar ese tipo de ropa por algún motivo que no tiene nada que ver con la información que estás dando, no lo puedes permitir. Si la periodista que está ocupando ese puesto de trabajo lo está haciendo por su escote tenemos un problema. Por eso la mujer periodista debe alzar la voz contra esas situaciones totalmente inaceptables”

La solución que propicie este cambio en esta situación para Neus Tomás es muy sencilla, poner a una mujer en la dirección del medio.

“Para conseguir que las mujeres, que están trabajando en unas secciones que en su mayoría están ocupadas por hombres, desempeñen el mismo trabajo que sus compañeros se debe poner a una mujer ocupando un cargo directivo. De esta manera, serán ellas las que impartan esta igualdad, que muchas veces sus compañeros directivos hombres no están dispuestos a otorgar”

4.2.5.3 Magazines y no en programas informativos

Pero si hay una división de géneros normalizada, que poco a poco se ha ido rompiendo, en los géneros periodísticos es la concepción de que las mujeres deben encargarse de los magazines, que se caracterizan por su temática más de entretenimiento, y los hombres se responsabilizan de contenidos más informativos.

La radio para Núria de José es el medio de comunicación más conservador, pero el primero en romper esa dinámica, históricamente impuesta en el ámbito periodístico.

“La radio es el medio de comunicación más conservador por eso, le cuesta muchísimo romper las rutinas de producción. No obstante, veo un gran avance

en algunas emisoras de radio como LA SER, la emisora más escuchada de España, que ha apostado por una mujer para que dirija un programa informativo por la mañana. Es un cambio muy significativo, ya que estos espacios informativos, en esta franja horaria, estaban destinados a los hombres, y aún lo siguen estando en su gran mayoría. Actualmente, hay dos emisoras que se han convertido en la excepción: LA SER y a Catalunya Ràdio han optado por una mujer para dirigir sus programas matinales informativos”

Para la subdirectora del Diario.es, Neus Tomás, estos cambios son insuficientes, pues los cargos directivos siguen estando ocupados por hombres.

“LA SER, todo introducir cambios en parrilla de programación y situar, por primera vez en España, a una mujer en la dirección de los matinales en la radio de la emisora más escuchada de España, no ha conseguido introducir a las mujeres en puestos directivos y de poder dentro de la emisora. Los despachos de los altos ejecutivos de LA SER siguen estando ocupados por hombres”

Esta situación de desigualdad no sorprende a Isabel Muntaner y lo justifica con la concepción histórica que se tiene de los roles que debe desempeñar una mujer y un hombre. Las mujeres siempre han estado más unidas al mundo sentimental y emocional mientras que los hombres se dedicaban a debatir sobre temas más informativos. Esta realidad se refleja en el periodismo con las mujeres dirigiendo programas de entretenimiento mientras que los hombres se encargan de dirigir programas más informativos.

“Históricamente las mujeres han estado relegadas a un ambiente más sentimental o emocional mientras que los hombres siempre han ocupados cargos de más responsabilidad y como el periodismo es un reflejo de la sociedad eso también ocurre en los medios de comunicación. Si analizamos los programas, sobretodo de televisión, dirigidos por una mujer nos encontramos con espacios donde puede haber información, pero no es el género que más predomina, ya que también hay contenidos de entretenimiento. Algo que no sucede con los hombres que están a cargo de programas más informativos. Con lo que volvemos a lo mismo, la figura del hombre históricamente ha tenido

más poder por lo que tiene más relevancia en la sociedad y por consiguiente está a cargo de programas más “importantes”, más informativos, y la mujer como históricamente no se le ha permitido opinar de ciertos asuntos y siempre ha estado más involucrada en asuntos de “cotilleo” o “entretenimiento” dirige programas con este tipo de contenido más secundarios o menos importantes”

4.2.6 ¿Dónde acaban la mayoría de las mujeres licenciadas en Periodismo en España?

Tal y como ha quedado expuesto en la parte teórica de esta investigación, el número de licenciadas en Periodismo en España es mucho mayor que el de licenciados, pero a la hora de analizar la plantilla de los medios de comunicación españoles se ha comprobado que hay más hombres que mujeres por lo que surge la siguiente pregunta. ¿Dónde acaban la mayoría de las mujeres licenciadas en Periodismo en España?

“Uno de los principales motivos por los que, aunque el número de licenciadas en periodismos es mucho mayor que el de licenciados, hay más hombres que mujeres en los medios de comunicación es la concepción social que se tiene actualmente de la familia. La figura del hombre está más liberada y no está tan juzgada socialmente si decide dedicarle más tiempo al trabajo que a su familia, pero en cambio la figura de la mujer está más ligada a las obligaciones familiares. Hoy en día, el camino de la conciliación es más difícil para nosotras que para ellos y para que esto cambie se tiene que producir un cambio social no solo un cambio en los medios. Mientras que las instituciones sigan convocando actos a las siete de la tarde, mientras que las entrevistas sigan realizándose a horas tardías las mujeres seguirán teniendo que elegir entre ver a su hijo, o familia, o seguir trabajando. Además, las periodistas deben asumir que la elección siempre va a estar ahí”

Así lo explicaba Neus Tomás que también percibe a los gabinetes de comunicación como la opción más demandada por las mujeres periodistas por

las condiciones laborales que ofrece, que propicia que se pueda compaginar con mayor facilidad la faceta familiar con la laboral.

“Muchas de las mujeres que se han licenciado en periodismo han decidido trabajar en gabinetes de prensa porque muchas veces el sueldo es incluso mejor que en algunos medios de comunicación y disponen de un horario que les permite conciliar con mucha más facilidad su vida familiar y su vida laboral. Disponen de fines de semanas, cuando acaba tu horario laboral no tienes que estar pendiente del móvil por si recibes una llamada o un correo de última hora con una noticia importante... Aunque también se debería comprobar si las personas que ocupan altos cargos en gabinetes de comunicación disponen de este horario o tienen más dificultades, pero pese a que tengas más trabas, el horario es mucho mejor del que dispones en un medio de comunicación”

4.2.7 Cómo afecta la edad en las mujeres periodistas

Otro de los factores con los que tiene que lidiar la mujer periodista en España es la edad. Para Núria de José la longevidad de las periodistas en la televisión es una traba muy grande con la que aun actualmente se tiene que luchar.

“En España, la mujer periodista que decide trabajar en televisión lo tiene muy difícil a partir de los 40 años. Es muy habitual que nos encontremos a hombres de edades avanzadas presentando informativos en televisión, pero es muy extraño que nos encontremos con alguna mujer. En cambio, en Estados Unidos eso no sucede. Creo que nos queda un camino muy largo para lograr cambiar eso. Porque las mujeres en la televisión española no cumplen un rol de sabiduría, que es el que aporta un presentador de más de 40 años. Y eso es algo que debemos cambiar. Pero para que eso suceda, alguna cadena de televisión debe ser la primera en hacerlo y actualmente no hay ninguna dispuesta a ello”

La cosificación de la mujer en la televisión española es lo que provoca que no encontremos a mujeres que superen los cincuenta presentando espacios informativos, así lo explica Isabel Muntaner.

“La mujer está cosificada en la televisión española y solo hace falta consumir este medio para darse cuenta. Es muy difícil encontrar a una mujer periodista que supere los 50 y que este presentando un programa de televisión. En cambio, sí que es habitual encontrarte a hombres periodistas de esta franja de edad porque socialmente la edad en los hombres está relacionada con mayor conocimiento y sabiduría. Lo que interesa de la mujer en la televisión es que sea joven, que no llegue a los 40, y que cumpla con los estereotipos de belleza”

4.2.8 El 8 de marzo de 2018, un punto de inflexión en la lucha por la igualdad en España

El 8 de marzo de 2018 tuvo lugar una huelga generalizada de mujeres que decidieron parar para visibilizar su función en la sociedad española actual. Las calles de toda España se llenaron de mujeres que exigían los mismos derechos de los que disponen los hombres.

Para Neus Tomás, el 8M fue un punto de inflexión en la lucha por la igualdad entre hombres y mujeres, pero aún queda un largo camino por recorrer para conseguir esa paridad.

“El 8 de marzo de 2018 ha supuesto un punto de inflexión porque mucha gente que no tenía consciencia de la magnitud del problema vio como muchas mujeres, y en este caso muchas periodistas, decidieron parar para visualizar un problema que debe cambiar. Pero ahora tenemos que seguir luchando para conseguir una igualdad real entre hombres y mujeres”

Núria de José coincide en la importancia del 8M y recalca la función del periodismo que se centra en ser un reflejo de la sociedad actual. Por eso no se

sorprende al comprobar que el periodismo también es desigualitario y machista porque la sociedad actual española lo sigue siendo.

“Lo que sí que es cierto es que el 8 de marzo, con la huelga de mujeres, se produjo un punto de inflexión. Pero aún queda mucho camino para superar el machismo existente en las sociedades actuales y como consecuencia en el periodismo. Porque no debemos olvidar que el periodismo es un reflejo de la sociedad actual y si esta es machista y desigualitaria en tema de igualdad de géneros entre hombres y mujeres, en las redacciones y en las direcciones de los medios de comunicación también estará patente esa divergencia entre géneros”

Isabel Muntaner coincide en la importancia del movimiento feminista que está sucediendo en la sociedad actual.

“La huelga del 8 de marzo es un movimiento comparable al *#Metoo* de Estados Unidos o a *Ni Una Menos* de Latinoamérica. La revolución feminista es una realidad, pero ahora toca esperar para saber en qué desencadena esta lucha por la igualdad de géneros”

Para Muntaner, una manera de cambiar esta situación de desigualdad es hacer un periodismo feminista.

“El feminismo es una ideología que permite hacer un periodismo de calidad, pero orientado a la igualdad y a la mujer. Actualmente, algunas periodistas han decidido formar medios de comunicación feministas, ya que los grandes medios de comunicación no ponen de su parte para que haya periodismo feminista dentro de sus medios, para combatir esta desigualdad o al menos plasmarla y transmitirla a la sociedad que consume esos medios de comunicación”

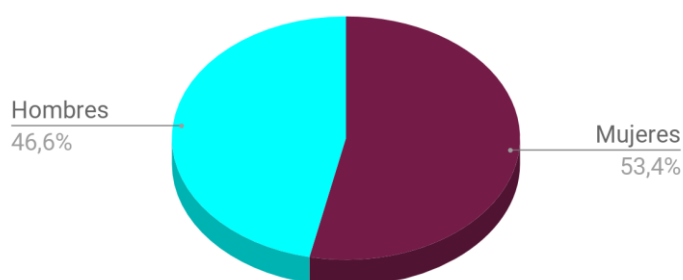
Aunque reconoce que la manera de hacer periodismo en España ha cambiado.

“Actualmente no se hace el mismo periodismo que en la España de 1980, donde era impensable que un movimiento como el feminismo ocupasen las portadas de los principales medios de comunicación en cambio ahora es normal que ocurra”

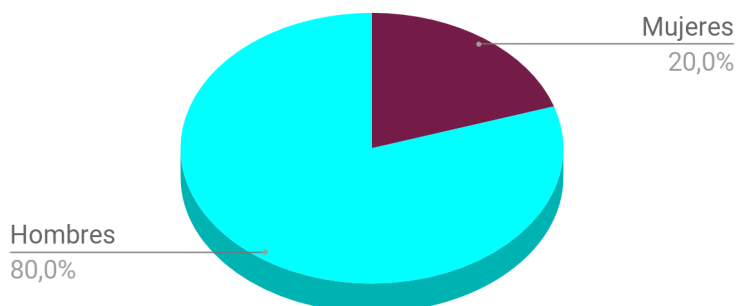
5. Conclusiones

Gracias a esta investigación para comprobar la evolución de la mujer periodista desde 2006 hasta el 2018 se ha podido constatar el número total de los empleados de los medios analizados, **Atresmedia**, **CCMA** (TV3 y Catalunya Radio), **RAC1**, **La Razón**, **el Diari ARA**, **La Razón**, **VilaWeb** y **eldiario.es**, y el número de mujeres que ocupan sus cargos directivos.

Trabajadores del grupo de comunicación Atresmedia

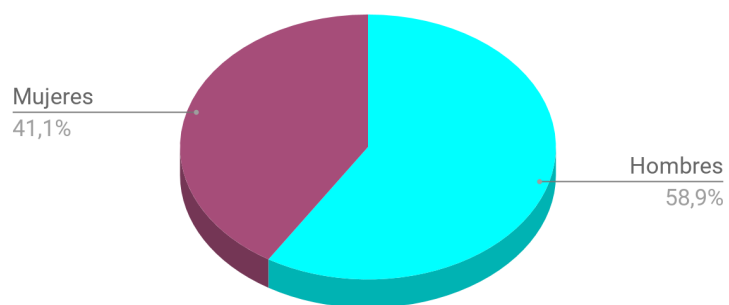


Cargos directivos importantes de Atresmedia

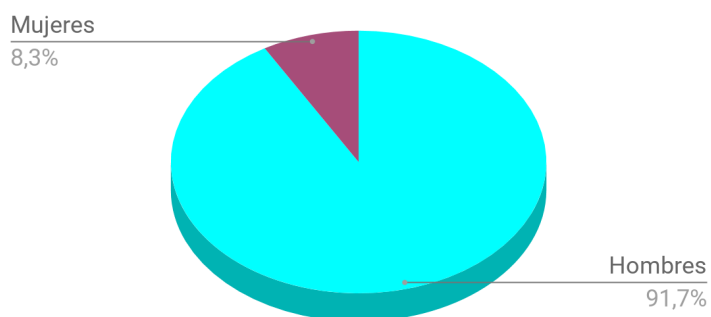


Fuente: Gráficos de realización propia elaborados con los datos proporcionados por el organigrama de los cargos directivos más importantes de Atresmedia y por los datos ofrecidos por la Responsabilidad Corporativa del grupo de comunicación.

Distribución de la plantilla de la CCMA por géneros

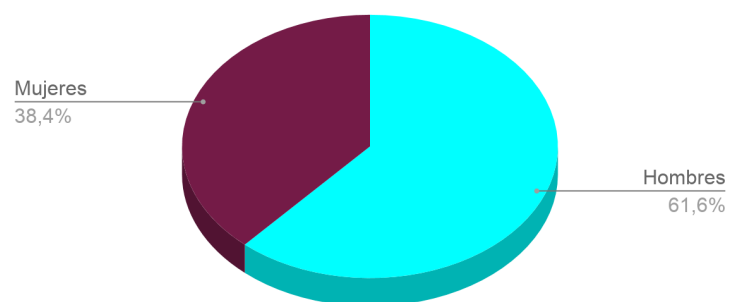


Puestos directivos de los canales televisivos y las emisoras de radio de la CCMA

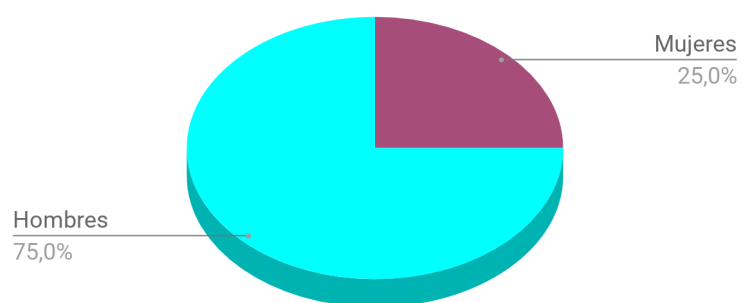


Fuente: Gráficos de elaboración propia, realizado gracias a la Información otorgada por la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

Trabajadores de RAC1, datos de marzo de 2018

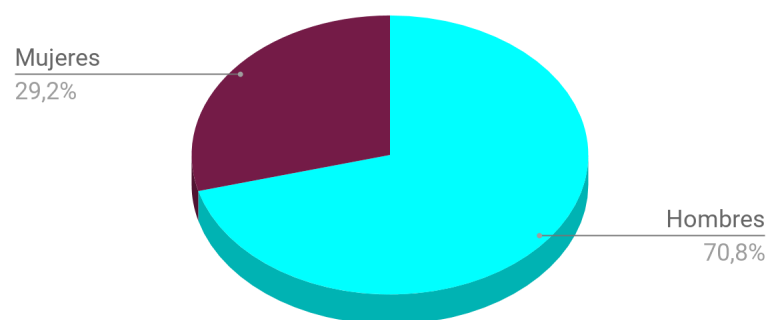


Puestos directivos de RAC1

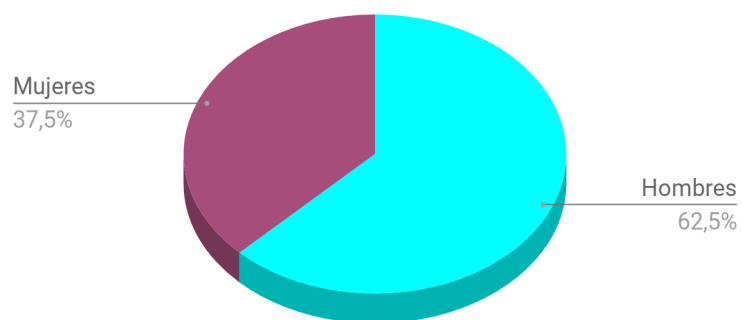


Fuente: Gráficos de realización propia elaborados con los datos proporcionados por Georgina Coloma, recursos humanos de RAC1.

Empleados de La Razón según su página web

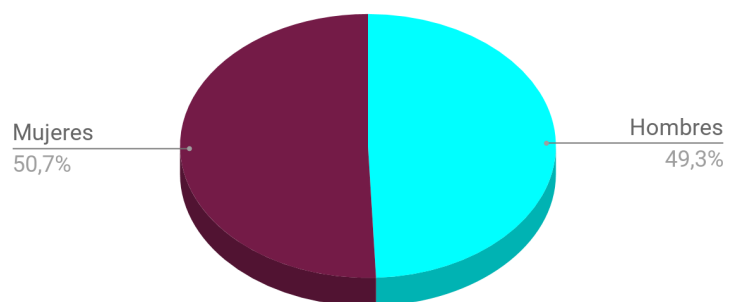


Directores de las diferentes secciones de La Razón

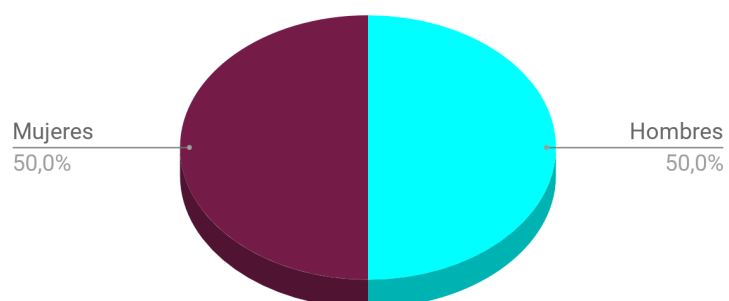


Fuente: Gráficos de realización propia elaborados con los datos proporcionados por la página web de La Razón.

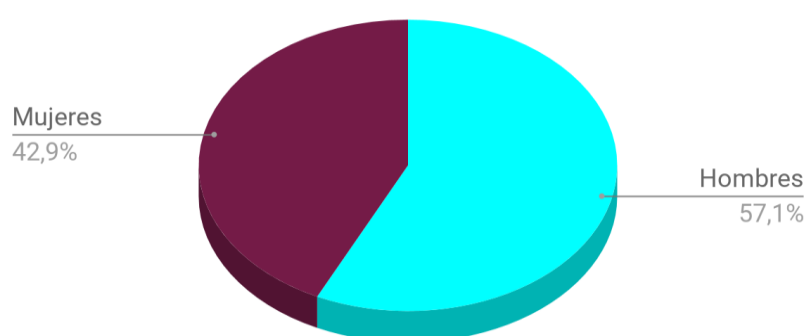
Trabajadores del Diari ARA



Puestos directivos del Diari Ara

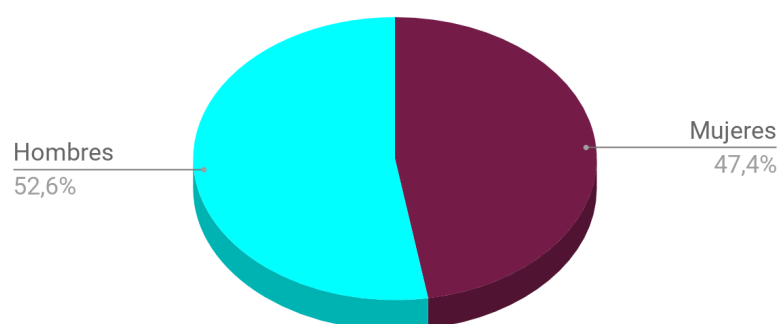


Jefes de secciones del Diari ARA

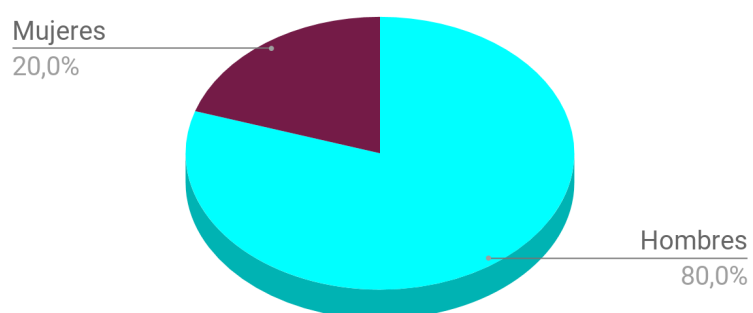


Fuente: Gráficos de realización propia elaborados con los datos proporcionados por Estrella Morales, gabinete de dirección del Diari ARA.

Trabajadores de VilaWeb

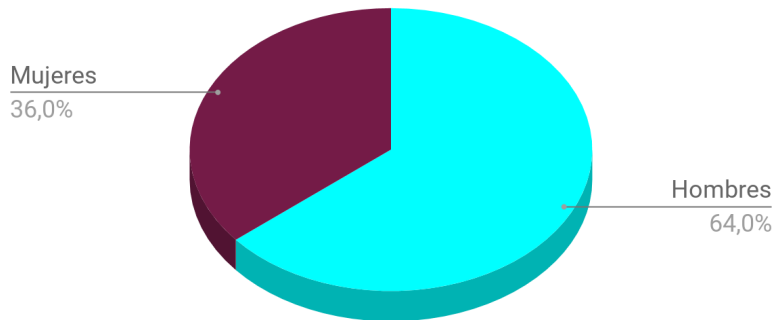


Cargos directivos de VilaWeb

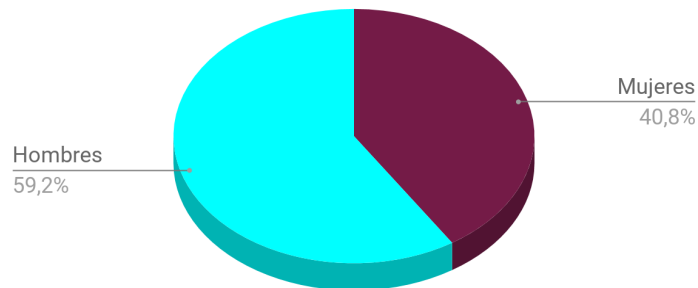


Fuente: Gráficos de realización propia elaborado con los datos proporcionados por la página web del medio digital VilaWeb.

Cargos directivos de eldiario.es



Trabajadores de eldiario.es



Fuente: Gráfico de realización propia elaborado con los datos proporcionados por Neus Tomás, subdirectora de eldiario.es, y por la página web del mismo medio.

Gracias a estos gráficos y a los datos aportados por los diferentes de medios de comunicación analizados se ha podido constatar que:

El porcentaje de mujeres administrativas, tanto en **Atresmedia** como en la CCMA, es mucho mayor que el de hombres.

Los puestos directivos, más importantes, de ambos grupos de comunicación están ocupados en su gran mayoría por hombres. En el caso de Atresmedia se comprobó, con los datos facilitados por el Informe de Responsabilidad Corporativa de Atresmedia de 2016, que los puestos directivos del grupo de comunicación están ocupados por una mayoría femenina. Un hecho que llamó mucho la atención por lo que se siguió investigando y se constató que, al investigar el organigrama de Atresmedia, de los quince cargos directivos más

importantes del grupo de comunicación español solo tres están ocupados por mujeres. La dirección de entretenimiento, ocupada por Carmen Ferreiro, la de ficción, ocupada por Sonia Martínez y la dirección de la Fundación Atresmedia, liderada por Carmen Beigber. Estos son los únicos puestos directivos destacados que están ocupados por una mujer en Atresmedia. Lo que concluye en que solo el 20% de los cargos directivos más importantes de Atresmedia están dirigidos por mujeres.

Estos datos no se corresponden con los facilitados por Atresmedia donde se afirmaba que las mujeres ocupaban más del doble de cargos directivos que sus compañeros varones. Esta discordancia de datos provoca una confusión que distorsiona la realidad del grupo Atresmedia donde los cargos directivos más importantes, como el director de informativos o el director de la cadena o del grupo de comunicación, están ocupados por hombres.

La presencia de la mujer va menguando en los puestos directivos de la **Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals** conforme se va aumentando la responsabilidad del cargo a ocupar. Es decir, los puestos directivos con más responsabilidad están ocupados por hombres. También es notoria la gran presencia de hombres en los puestos directivos de la CCMA sobretudo en los cargos directivos y organizativos de la emisora de radio de la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals, es decir en Catalunya Ràdio.

El 91,7% de los cargos directivos de la sección de deportes, de las emisoras de televisión y radio de la CCMA están ocupados por hombres y el 8,3% por mujeres. El único puesto directivo ocupado por una mujer en la Corporación Catalana de Mitjans Audiovisuals es el ocupado por Clara Cabezas i Monjonell que se encarga de controlar y dirigir la programación y la imagen de la televisión pública catalana.

La presencia habitual y mayoritaria de hombres en los puestos directivos vuelve a hacerse notoria en la emisora de radio RAC1, en el medio de prensa escrita La Razón, y en el medio digital VilaWeb. La emisora de radio tan solo tiene el 25% de sus cargos directivos ocupados por una mujer, en cambio el 75

% están ocupados por hombres. La diferencia no es tan notoria, pero sigue siendo evidente en los puestos directivos de La Razón donde el 62,5% de los cargos directivos están liderados por un hombre y tan solo el 37,5% por una mujer. El medio digital, **VilaWeb**, vuelve a reflejar la brecha más que evidente que se produce en las direcciones de los medios de comunicación españoles, ya que tan solo el 20% de sus cargos directivos están ocupados por una mujer.

En eldiario.es la diferencia entre géneros no es tan significativa pero la tónica habitual se sigue produciendo. El 64% de sus cargos directivos están ocupados por hombres y el 36% por mujeres. Todo y que, gracias al encuentro con la subdirectora de eldiario.es, Neus Tomás, se puede constatar que este medio digital español financiado exclusivamente por sus lectores, se ha convertido en el único medio de comunicación en España que está interponiendo medidas firmes, a través de un plan de igualdad, para conseguir ser un medio de comunicación igualitario.

El **Diari ARA** es el único medio de comunicación analizado que dispone de más trabajadoras, 74, un 50,7%, que trabajadores, 72, un 49,3%. Además, es el único medio de comunicación analizado que tiene una paridad en los cargos directivos del medio, ya que, de los 8 cargos directivos, 4 están ocupados por hombres y 4 por mujeres. Cabe destacar que la dirección de este medio está en manos de una mujer, Esther Vera, la única directora de todos los medios analizados.

Una vez constatados estos datos se puede afirmar que la gran mayoría de los puestos directivos de los medios de comunicación están liderados por hombres, excluyendo algunos casos como el del Diari ARA, pese a que algunos grupos comunicativos quieran reflejar lo contrario. Por lo que, aunque se están produciendo cambios que provocan que empiece a disuadir esta tónica general, las mujeres periodistas deben luchar, e intentar romper con esas barreras que les permiten dirigir los medios de comunicación, para llegar a ocupar esos cargos ya que están perfectamente cualificadas para ello.

Cabe destacar que, en todos los medios de comunicación analizados, tanto en prensa escrita como digital como en televisión y radio, el director de la sección de deportes siempre está ocupado por un hombre. Por lo que queda constatado que la presencia de la mujer en esta sección es casi inexistente. El camino que les queda por recorrer a las periodistas deportivas es largo y complicado, ya que es una sección donde, aun actualmente, siguen prevaleciendo muchos clichés machistas que relegan a la mujer a otras secciones u otorgan una función totalmente cosificadora del género femenino.

Para intentar solventar esta situación completamente desigualitaria, las periodistas deportivas deben reafirmarse en la capacidad que tienen para desarrollar la misma tarea que desenvuelven sus compañeros. Y a la vez sus compañeros, y especialmente sus directivos, deben otorgar el papel periodístico que se merece una mujer periodista, sin distinciones físicas y sobreponiendo sus conocimientos técnicos y teóricos a la apariencia física de estas.

La principal problemática al realizar esta investigación ha sido que los medios de comunicación concedieran los datos de los sueldos de sus empleados para así poder comprobar si se producía una brecha salarial entre géneros. Los únicos medios que accedieron a darnos los datos económicos fueron los pertenecientes a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. En la CCMA, el sueldo más bajo está destinado a una mujer que cobra entre 12.001-14.000 euros anuales. En cambio, el sueldo más alto, que consta de más de 60.000 euros anuales, está destinado a 236 hombres y a tan solo 92 mujeres.

La mayoría de las mujeres que trabajan en la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals cobran entre 24.001 y 39.000 euros anuales, en cambio la mayoría de hombres que trabajan en la CCMA reciben entre 39.001 hasta más de 60.000 euros anuales. Esta diferencia salarial entre géneros, nos indica que los puestos donde más se cobra, es decir los puestos directivos y de más responsabilidad y por lo tanto mejor retribuidos, están ocupados por hombres, lo que certifica la brecha salarial entre hombres y mujeres.

En cambio, el resto de los medios analizados, Atresmedia, RAC1, La Razón, el Diari Ara, VilaWeb y eldiario.es, no proporcionaron los datos de los sueldos que perciben sus empleados. Por ello, se ha hecho imposible conocer si los medios analizados hacen distinciones de sueldos dependiendo del género de sus trabajadores. Aunque el simple hecho de que no faciliten esos datos ya hace sospechar que puede que se produzcan desigualdades salariales condicionados por el género de sus empleados. De no ser así, no presentarían tantas dificultades para publicar sus datos.

Para solventar esta poca transparencia salarial se debería exigir a las empresas, tanto públicas como privadas, que hiciesen públicos los salarios de sus empleados subdivididos por tareas y géneros. Una vez que esos datos fuesen públicos se podría trabajar para acabar con la brecha salarial que provoca que el salario medio de las mujeres en España sea 5.941 euros inferior al salario medio de los hombres, según la última Encuesta anual de estructura salarial del Instituto Nacional de Estadística (INE) correspondiente al año 2015.

Pero las desigualdades entre géneros también están patentes en la edad de los trabajadores de los medios analizados. Gracias a los datos facilitados se ha podido constatar que la presencia de la mujer en la televisión disminuye conforme cumple años. La presencia femenina en programas televisivos es mayor a partir de los veintiocho años hasta los cincuenta, aunque no superior a los de sus compañeros varones, pero una vez cumplen los cincuenta su presencia en televisión mengua. Todo lo contrario de lo que sucede con sus compañeros hombres. La presencia de profesionales de la comunicación varones mayores de cincuenta es habitual en los programas televisivos. Este hecho se produce, según se ha podido constatar gracias a las entrevistas que se han realizado a diferentes mujeres pertenecientes al mundo de la comunicación y a las declaraciones de Isabel Muntaner, colaboradora en algunos medios haciendo un periodismo feminista, profesora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona y una de las responsables del Máster de Comunicación que se imparte en la misma Universidad, por la cosificación que se tiene de la mujer, sobretodo en televisión, donde tienen que ser jóvenes y cumplir los estereotipos de bellezas

estipulados por la sociedad occidental actual para presentar o aparecer en programas televisivos.

En cambio, para Núria de José, actual coordinadora de Proyectos y Contenidos de en La Red (Red Audiovisual Local), la mayor presencia de hombres periodistas a partir de los cuarenta o cincuenta años se debe a la concepción social que se tiene de ellos. Los hombres de más de cuarenta años se se le asocia con más criterio periodístico y más veracidad, otorgado por sus años de experiencia en el medio.

La cosificación de la mujer en la televisión española es lo que provoca que no encontremos a mujeres que superen los cincuenta presentando espacios informativos. El análisis de las parrillas de los medios analizados indica que la mayoría de las mujeres que presentan espacios informativos en televisión no superan los 50 años. Aunque es cierto que en TV3, televisión autonómica catalana, está Helena García Melero, periodista catalana de 50 años, Lidia Heredia, directora del programa informativo matinal de la cadena pública catalana que tiene 47 años, Raquel Sans, de 45 años y que actualmente dirige el telediario del mediodía de TV3, Montse Armengou, presentadora del programa “Sense Ficció” de TV3 de 55 años, y Montserrat Besses, presentadora de algunos programas especiales que realiza la cadena pública catalana y que tiene 60 años.

La conciliación es otro de los motivos por los cuales las mujeres se encuentran, actualmente, en una situación desigualitaria con respecto a los hombres. Para Núria de José, la conciliación provoca más dificultades a las mujeres a la hora de ascender en su puesto de trabajo o disponer de un trabajo con horarios más complicados. Núria de José afirma que las periodistas dejan de competir por ascender en el momento en que se convierten en madres. Es en ese momento, cuando se produce una desaceleración en su carrera profesional. Y esto sucede porque se plantean temas de conciliación que les impiden dedicarle más tiempo a su trabajo porque ya disponen de otras obligaciones, en este caso familiares. De esta manera, la actual coordinadora de Proyectos y Contenidos de en La Red justifica que las tareas familiares son responsabilidad

de las mujeres y que esto provoca una desaceleración en su trayectoria profesional.

Pero Neus Tomás no lo percibe de esa manera. Para Tomás, la conciliación del ámbito familiar con el laboral es un trabajo que se debería realizar entre los dos progenitores, madre y padre. Aunque reconoce que no es fácil. El permiso de paternidad cambió en España desde el 1 de enero del 2017. Los trabajadores que se convirtieron en padres este año 2018 han podido disfrutar de cuatro semanas de permiso por paternidad. Antes, los padres tenían 15 días de descanso (13 días más dos por el Estatuto de los Trabajadores). Mientras que las mujeres disponen de 4 meses de permiso de maternidad. Estas ayudas no favorecen a que la conciliación sea igualitaria entre ambos progenitores. Tomás, propone poner a las mujeres en las direcciones de los medios de comunicación para así facilitar la comprensión de la dificultad que conlleva compaginar trabajo y familia, especialmente en las mujeres, y poner medidas para facilitar la ardua tarea, ya que el gobierno no pone las medidas necesarias para solventar esta desigualdad tan marcada en la sociedad española actual.

La mujer en puestos directivos, para Neus Tomás, también ayudaría a conseguir que las mujeres, que están trabajando en unas secciones que en su mayoría están ocupadas por hombres, como por ejemplo la sección de deportes, desempeñen el mismo trabajo que sus compañeros y cobren exactamente lo mismo. De esta manera, serán ellas las que impartan esta igualdad, otorgándoles la misma importancia y categoría que se les otorga a sus compañeros periodistas hombres, sin que estas tengan que aparecer con poca ropa y sin ninguna finalidad periodista, que es lo que actualmente está pasando en algunos programas deportivos donde la presencia de la mujer es más bien escasa y si la hay su notoriedad periodista es prácticamente nula pues el objetivo de su presencia es puramente físico. Para Tomás, la dirección femenina en estos medios supondría más igualdad, que muchas veces los compañeros directivos hombres no están dispuestos a otorgar.

En cambio, para Isabel Muntaner, una de las máximas responsables del máster de Comunicación e igualdad que se imparte en la Universidad Autónoma de

Barcelona, las mujeres son las que pueden cambiar esta situación de desigualdad en inferioridad a la que actualmente están sometidas las mujeres en España. Las mujeres deben hacerse valer y no normalizar estas desigualdades y eso es lo que ocurrió el 8 de marzo de 2018. Las mujeres de toda España organizaron una huelga sin precedentes, a través de parones en sus respectivos lugares de trabajo y mediante las multitudinarias manifestaciones que llenaron las calles de las grandes ciudades españolas se hizo evidente una revolución feminista que involucra a muchas generaciones de mujeres. Lo que evidencia que la sociedad española está luchando para que las desigualdades de género terminen desapareciendo y las mujeres dispongan de los mismos derechos de los que disponen, actualmente los hombres españoles.

Gracias a los encuentros con estas tres periodistas, Núria de José, Neus Tomás y Isabel Muntaner, se ha podido constatar que para cambiar y erradicar las desigualdades salariales entre géneros, conseguir que los puestos directivos estén ocupados por mujeres y que por consiguiente se produzca un cambio en la concepción del mensaje periodístico, puesto que las mujeres otorgan una visión diferente de la realidad, y que la edad y el hecho de ser madre no supongan una traba en la carrera periodística en las mujeres hay que:

- Cambiar o reorientar el sistema educativo español actual. Esta es una de las soluciones que otorga Isabel Muntaner para cambiar la actual sociedad desigualitaria en la que se encuentra España. Como docente, Muntaner, cree que debería existir un plan educativo orientado a la igualdad de géneros. Este hecho propiciaría más conocimiento y por lo tanto más igualdad entre hombres y mujeres.
- Provocar que el gobierno del país se implique en estos temas y desee cambiar esta situación desigualitaria. Neus Tomás recalcó la importancia de la implicación del gobierno de un país para, al menos intentar, solventar las desigualdades de géneros presentes hoy en día.

Pero Mariano Rajoy, actual presidente del gobierno español, el 24 de enero de 2018 declaró, en una entrevista para el programa “Más de Uno” de la emisora de radio Onda Cero presentado por el periodista Carlos Alsina, que la brecha salarial existente entre hombres y mujeres en España era un asunto en el que él no se metía, pero al volverle a preguntar el 8 de marzo del mismo año, día en el que se convocó una huelga de mujeres y millones de ellas llenaron las calles para reclamar igualdad de derechos, sobre la misma cuestión afirmó que su compromiso era seguir trabajando en defensa de la igualdad real entre hombres y mujeres, un cambio drástico de discurso provocado por la respuesta masiva de las mujeres en las calles de toda España. Ante estos cambios de discurso por parte del que es actual presidente del gobierno español es difícil construir una legislación que promueva la igualdad salarial y de oportunidades entre hombres y mujeres.

Islandia, fue el primer país del mundo en crear una ley que exige a las empresas y a los organismos públicos, con una plantilla superior a 25 trabajadores, que retribuyan a sus empleados, que desempeñen las mismas funciones, con el mismo sueldo, con independencia de si es hombre o mujer, de su etnia, sexualidad o nacionalidad. En caso de que no se cumpla con la norma, la empresa o institución pública será sancionada con una multa económica. En esta misma dirección, con el fin de acabar con la brecha salarial, Alemania ha creado, este 2018, una nueva ley que permite, a las empleadas de compañías con más de 200 trabajadores conocer el sueldo medio de sus compañeros varones que ocupen el mismo puesto que ellas. En el caso de que se comprueba que cobran menos por desempeñar la misma tarea, cualquier mujer podrá reclamar judicialmente su derecho a recibir la misma retribución por el mismo desempeño. Mientras tanto, en España existe una ley orgánica (3/2007, de 22 de marzo) para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, que especifica la paridad de trato y de oportunidades en el ámbito laboral, así como en los programas de mejora de la empleabilidad de la mujer. Aunque en la práctica, pocas veces se levanta la voz en caso de discriminación.

- Conseguir que las mujeres dirijan los medios de comunicación para que así se produzca un cambio en la manera de concebir y construir el mensaje periodístico y por consiguiente en la construcción de la realidad.

Tanto Isabel Muntaner, como Núria de José y Neus Tomás coincidieron en la importancia de quien construye el mensaje periodístico. Si la mayoría de las noticias que se publican en los medios de comunicación actuales, ya sean en prensa escrita o digital, en televisión o en radio, estuvieran elaboradas por mujeres el tratamiento que se haría de ellas sería muy diferente al que se hace actualmente.

Cuando escogí el tema para realizar esta investigación no imaginaba encontrarme con una situación tan desigualitaria en los medios de comunicación españoles. Al estar estudiando el último curso de Periodismo en la Universidad Autónoma de Barcelona he podido comprobar cómo las clases están repletas de mujeres que deciden estudiar esta carrera porque quieren tener una vida ligada a la comunicación. La mayoría femenina está muy presente en las clases de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, lo que me llevó a pensar que esta tónica femenina se repetiría en las redacciones periodísticas, y no las direcciones de los medios, pues es vox populi que los puestos directivos, sin distinción de campo, están ocupados por hombres. Un pensamiento lógico fundamentado también por el número de licenciadas en periodismo que cada año supera al número de licenciados y por la incorporación masiva de mujeres en los medios de comunicación a partir de 1960 en España. Pero la realidad destrozó cualquier pensamiento lógico.

El periodismo tiene una función pedagógica y se encarga de construir la realidad social. El problema surge cuando esa sociedad que construye está marcada por el machismo y una desigualdad que desencadena en una sociedad patriarcal, que es lo que ocurre actualmente en España. Para intentar cambiar esta situación, es necesario el enfoque femenino en los medios de comunicación. Si las mujeres periodistas encargadas de construir la realidad, a través de noticias o priorizando algunas piezas periodísticas y descartando

otras a través del poder que les otorga los puestos directivos de los medios de comunicación, pudiesen otorgar un enfoque más feminista, por lo tanto, más igualitario, la realidad que se construiría también sería más paritaria.

Por ello, se puede verificar que a través de los mensajes o noticias periodísticas que se reproducen a través de los medios de comunicación de un país también se puede erigir una realidad y un mundo más igualitario que rompería con la sociedad patriarcal actual. Hasta que las mujeres periodistas no tengan más control sobre los mensajes que se transmiten en los medios de comunicación, la situación de desigualdad se seguirá prolongando.

Un ejemplo de empoderamiento femenino que ha reflejado una realidad, que hasta el momento estaba oculta, ha sido el que han llevado a cabo las empleadas de RTVE. A mediados del 2018, la manipulación de RTVE, por parte del gobierno del Partido Popular liderado por Mariano Rajoy, ocupó las principales portadas de los medios nacionales y algunos internacionales. Esta manipulación ha provocado que se expulsara a RTVE del comité de deontología de la UER, ya que constaba un informe negativo de la Unión Europea sobre la falta de pluralidad y por tendenciosidad. Hasta entonces, los trabajadores y los comités de empresa apenas se habían movilizado para denunciar esa situación. Pero todo cambió cuando las mujeres, trabajadoras de RTVE, comenzaron a organizarse y a conformar una campaña para denunciar la manipulación a la que estaban sometidas, sin miedo a los despidos y a las, más que probables, represalias que tendrían por partes de los altos cargos de la televisión y la radio pública española.

De esta organización femenina surgió la plataforma *"Mujeres RTVE"* que cuenta con perfiles en redes sociales como Twitter o Instagram y que visualiza las manipulaciones que se hacen en la televisión y en la radio pública. De este movimiento también surgió el denominado *"Viernes Negro"*, donde las mujeres, como símbolo de protesta, los viernes se empezaron a vestir de negro, incluyendo a aquellas que salían por pantalla. Con el paso del tiempo la vestimenta negra se convirtió en la tónica habitual de los viernes en RTVE y

actualmente todas las mujeres siguen es código de vestimenta. Una protesta a la que también se han ido sumando los hombres.

Estos movimientos de denuncia impulsados por las trabajadoras de RTVE demuestran cómo las mujeres aportan una visión de la realidad totalmente necesaria, que muchas veces está oculto porque no tienen el poder necesario para hacerse visibles en los medios de comunicación o simplemente se ven acalladas por las voces masculinas que tienen el poder.

Por ello, es muy importante que las mujeres consigan tener acceso a los puestos directivos de los medios, no normalicen la situación desigualitaria en la que se encuentran actualmente, ya que de esa manera se visualiza y se producen movimientos que pretenden erradicar estas desigualdades, e intentar no normalizar la responsabilidad exclusiva o mayoritaria de la mujer en el ámbito familiar. Porque la conciliación es un trabajo que deben hacer tanto hombres como mujeres, por igual.

Cuando todo esto se consiga se podrá afirmar que, en los medios de comunicación, y la sociedad española, son paritarios.

6. Bibliografía

- María José Ufarte Ruiz. (2012). Las mujeres periodistas en los puestos de dirección: El techo de cristal en la prensa escrita. Sevilla: Libro de Actas I Congreso Internacional de Comunicación y Género.
- Ricardo Gimeno Nogués, Luis López Fernández, Miryam Martínez Martínez, Ma Aránzazu Mielgo Álvarez, David Quintana Montero, Paloma Saá Teja, Manuela Saco Vázquez. (2007). La presencia de estereotipos en los medios de comunicación: Análisis de la prensa digital española. Madrid: Proyecto de investigación promovido y financiado por la Dirección General de la Mujer de la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid.
- Foucault, M. (1991): Espacios de poder, La Piqueta, Madrid.
- Muñoz, B. (2001): Medios de comunicación, mujeres y cambio cultural, Consejería de Servicios Sociales de la Dirección General de la Mujer, de la Comunidad de Madrid, Madrid.
- Durkeim, E. (1982): Las formas elementales de la vida religiosa. Akal. Madrid.
- Bach, M., Altés, E., Gallego, J., Plujá, M., y Puig, M. (2000): El sexo de la noticia. Icaria Editorial, Barcelona.
- SAIZ, J. M. S. (2010). Mujer y mercado de trabajo español. ¿Un cambio estructural? CIm. economía, 17, 43-55.
- SANTOS, F. (2005): Periodistas, polanquistas, sindicato del crimen, tertulianos y demás tribus. Temas de hoy.
- TORRES, A. (2011). Mujeres de Palabra. Crónica de las pioneras del periodismo en femenino. Almería, Instituto de Estudios Almerienses.
- DIEZHANDINO, M. P.; BENUZARTHEA, O. y COCA, C. (1994). La élite de los periodistas. País Vasco. Ed. Universidad del País Vasco.
- GARCÍA DE CORTÁZAR, M.; GARCÍA DE LEÓN, Ma A. (coordinadoras) (2000): Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

- MARCOS, M. Z. M. (2017, 7 diciembre). No conoces a la primera mujer periodista por culpa de Franco, y deberías. Recuperado 10 abril, 2018, de https://www.eldiario.es/cultura/libros/Carmen-Burgos-periodista-Franco_0_715328709.html
- MACIAS, A. M. (2011, 5 abril). Adela Cantalapiedra [Publicación en un blog]. Recuperado 10 abril, 2018, de <http://carta-de-ajuste.blogspot.com.es/2011/03/adela-cantalapiedra.html>
- Espinosa, S. E. (2010). LAS VOCES FEMENINAS DE LA RADIO DE LOS PRIMEROS TIEMPOS. REVISTA DE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y TIC, 4, 179-193.
- Asociación de Prensa de Madrid. (2006). Informe de la Profesión Periodística. Recuperado de <http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/Informe%20APM%202006.pdf>
- Asociación de Prensa de Madrid. (2007). Informe de la Profesión Periodística. Recuperado de <http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/Informe%20APM%202007.pdf>
- Asociación de Prensa de Madrid. (2008). Informe de la Profesión Periodística. Recuperado de <http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/Informe%20APM%202008.pdf>
- Asociación de Prensa de Madrid. (2009). Informe de la Profesión Periodística. Recuperado de <http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/Informe%20APM%202009.pdf>
- Asociación de Prensa de Madrid. (2010). Informe de la Profesión Periodística. Recuperado de <http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/Informe%20APM%202010.pdf>
- Asociación de Prensa de Madrid. (2011). Informe de la Profesión Periodística. Recuperado de <http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/Informe%20APM%202011.pdf>

- Asociación de Prensa de Madrid. (2012). Informe de la Profesión Periodística. Recuperado de http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2016/07/InformeAnual_APM-2012.pdf

- Asociación de Prensa de Madrid. (2013). Informe de la Profesión Periodística. Recuperado de http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/informe_profesion_2013.pdf

- Asociación de Prensa de Madrid. (2014). Informe de la Profesión Periodística. Recuperado de http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/Informe%20profesion_2014_def_baja.pdf

- Asociación de Prensa de Madrid. (2015). Informe de la Profesión Periodística. Recuperado de http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2016/11/INFORME-PROFESION-APM-2015_baja_7M.pdf

- Asociación de Prensa de Madrid. (2016). Informe de la Profesión Periodística. Recuperado de http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2017/10/Informe_anual_profesion_APM_2016_baja_7mg.pdf

- Bach, M., Altés, E., Gallego, J., Plujá, M., y Puig, M. (2000): El sexo de la noticia. Icaria Editorial, Barcelona.

- Izaskun Sánchez Aroca (27 de diciembre de 2016). El poder machista de los medios. Igualdad. Recuperado de https://www.eldiario.es/sociedad/poder-machista-medios_0_595291090.html

- Observatori del Treball i Model Productiu. (2018). Fragments de coneixement. Evolució de la bretxa salarial de gènere 2008-2015. Recuperado de http://premsa.gencat.cat/pres_fsvp/docs/2018/02/21/12/16/003f8a08-654b-464e-9549-eade607b07b.pdf

- Observatori de la Igualtat de Gènere. (2018) DOSSIER ESTADÍSTIC LES DONES A CATALUNYA AL 2018. Recuperado de

http://premsa.gencat.cat/pres_fsvp/docs/2018/02/28/12/36/ee46dadd-fec8-4548-a5d4-a21464cb70d4.pdf

-Grupo de comunicación Entremedia. (2016). Informe Anual y de Responsabilidad Corporativa. Recuperado de http://www.atresmediacorporacion.com/informe-anual/2016/informe_completo/

-#OnSónLesDones. (2018, 4 abril). 8 de març, objectiu assolit. Recuperado 9 abril, 2018, de <http://onsonlesdones.blogspot.com.es/>

https://www.ara.cat/opinio/judit-carrera-on-son-les-dones_0_1643835694.html

-Angulo, M. A. E. (2017, 27 febrero). Las mujeres podrán libremente consagrarse al periodismo. jot down, JOT DOWN(SOCIEDAD). Recuperado de <http://www.jotdown.es/2017/02/las-mujeres-podran-libremente-consagrarse-al-periodismo>

-La primera periodista española [Publicación en un blog]. (2018, 8 marzo). Recuperado 10 abril, 2018, de http://www.estandarte.com/noticias/autores/beatriz-cienfuegos-la-primer-periodista-espaola_3826.html

-Europa Press. (2018, 8 marzo). Huelga feminista 2018: la brecha salarial, en ocho gráficos. *Europa Press*. Recuperado de <http://www.europapress.es/sociedad/noticia-huelga-feminista-2018-brecha-salarial-ocho-graficos-20180306113956.html>

7. Anexos

1. Correo a Atresmedia solicitando los respondiendo a al requerimientos de los datos para hacer la investigación.

Respondiste el 06/03/2018 13:29.

Estimada Paula,

Gracias por ponerse en contacto con nosotros y mostrar interés por la igualdad laboral en el empleo.

En el [siguiente link](#) podrá encontrar el **Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de Atresmedia**, y a partir de la página 140 está publicada toda nuestra información sobre Recursos Humanos. Esperamos que con esos datos pueda completar su estudio.

Un cordial saludo,

Responsabilidad Corporativa


responsabilidad.corporativa@atresmedia.com

ATRESMEDIA



Avda. Isla Graciosa, 13
28703, San Sebastián de los Reyes
Madrid, España
www.atresmedia.com

2. Correo a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals respondiendo a los requerimientos de los datos para hacer la investigación.




Bústia Recursos Humans <recursoshumans@ccma.cat>

Responder | v

jue 01/03, 10:01

Usted v

Respondiste el 01/03/2018 13:25.

 CCMASA2018_Sollicitu...
18 KB


descargar Guardar en OneDrive - Personal

Benvolguda,

Ens complau fer-te arribar en fitxer adjunt la informació sol·licitada. Esperem et sigui d'utilitat pel teu treball de final de grau.

Atentament,

RECURSOS HUMANS
C/ de la TV3, s/n - 08970 Sant Joan Despí
Telèfon: 93.499.93.33
e-mail: recursoshumans@ccma.cat



Corporació Catalana
de Mitjans Audiovisuals, SA

3. Correo a la emisora de radio, RAC1 respondiendo a los requerimientos de los datos para hacer la investigación.

Bona tarda, Paula,

Gràcies per l'interès en la nostra emissora.

Des del departament de comunicació et podem ajudar en algunes de les teves preguntes. Et responem sobre l'emissora RAC1.

-La franja d'edat que tenen els vostres treballadors i les vostres treballadores, molt important aquesta distinció de gènere, ja que és la base de la investigació.

125 treballadors. 77 homes (61'6%) i 48 dones (38'4%). Mitjana d'edat total: 39,37 anys.

Dones: entre 23 i 53'34. Mitjana d'edat de les dones: 38'60 anys.

Homes: entre 24'22 i 63'72. Mitjana d'edat dels homes: 40'13 anys.

-La diferència de sous que hi ha, si és així, entre homes i dones i el percentatge de dones i homes que treballen en el vostre mitjà de comunicació.

Els sous estan contemplats segons la categoria de cada treballador (redactor, tècnic, cap de secció, etc.), independentment del sexe del treballador.

-La tasca que realitzen les dones i les tasques que realitzen els homes.

Et fem la llista aproximada de les tasques:

EDITORS:

13 homes

5 dones

CÀRRECS DIRECTIUS:

6 homes

2 dones

PRODUCTORS:

1 home

11 dones

REDACTORS I GUIONISTES:

43 homes

24 dones

TÈCNICS DE SO:

14 homes

SERVEI ASSESSORAMENT LINGÜÍSTIC:

3 dones

RECEPCIÓ:

3 dones

Esperem haver-te ajudat.

Salutacions i gràcies,

Georgina Colom



RADIOCAT XXI, S.L.

Avinguda Diagonal, 477, planta 15a.

08036 Barcelona

93 270 44 00

gcolom@radiocat.net

4. Correo al Diari ARA respondiendo a los requerimientos de los datos para hacer la investigación.

Respondiste el 14/02/2018 13:41.

Bona tarda Paula,

Et passo informació perquè puguis fer el teu treball.

El diari Ara no fa cap tipus de distinció entre homes i dones. Els sous són els mateixos i les tasques són les mateixes. No té res a veure el sexe.

Del total de la plantilla hi ha 72 homes i 74 dones. I la mitjana d'edat dels homes és de 37 anys i la mitjana de les dones és de 36.5 anys,

Espero que et serveixi.

--

Estrella Morales
Gabinet de Direcció
emorales@ara.cat
659 64 30 52
ARA
Diputació, 119
08015 Barcelona

5. Correo al periódico La Razón respondiendo a los requerimientos de los datos para hacer la investigación.



Alfredo Semprún <asemprun@larazon.es>

jue 01/03, 18:47

Usted ↕

Responder | ▼

Bandeja de entrada

Respondiste el 06/03/2018 13:08.

Buenos días, Paula.

No podemos darte información interna de la empresa, pero, si estudias nuestra mancheta y nuestras firmas, verás que las secciones de Nacional, Internacional, Local, Sociedad y Cultura, están dirigidas por mujeres, así como la subdirección principal. Los sueldos, por supuesto, a igual trabajo, igual salario.

Atenamente
Alfredo Semprún

6. Entrevista transcrita a Nuria de José

Licenciada en Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona en 1994. Actualmente es jefe de Proyectos en La Red (Red Audiovisual Local). Fue directora de Contenidos de COMRàdio durante cuatro años, empresa a la que se incorporó como coordinadora de Programas en 2007. Hasta entonces era directora de Radio Premià de Mar, cargo que ocupó durante cerca de doce años. Comenzó a ejercer el periodismo en los servicios de deportes de

Televisión de Mataró y del diario Crónica de Mataró, entre otras colaboraciones en medios locales de la comarca del Maresme.

Experiencia personal

Yo empecé a ejercer el periodismo en la sección de deportes de la Televisión de Mataró y si que era evidente que el número de redactores hombres era mucho mayor que el de redactoras mujeres.

Yo no quiero estar a las 10 de la noche en reuniones y trabajando. Quiero que mi hijo me conozca y con esto no estoy diciendo que no me importe mi carrera profesional porque me importa mucho pero sí que es cierto que hay otros asuntos que me preocupan más.

Después de estar en la Televisión de Mataró estuvo en Radio Premià de Mar en los informativos y después como directora de la radio durante 11 años. Después se fue a COM RADIO, como coordinadora de programas y después pasó a ser directora de contenidos durante 4 años. COM RADIO pasó a denominarse A la XARXA y fue directora de programas y desde hace dos años es la coordinadora de a gestión de los contenidos.

El equipo de coordinación de A la xarxa está formado por 10 personas, 9 de las cuales son mujeres. Pero el director es un hombre, de hecho en el consejo de dirección solo hay una mujer.

Es evidente que cualquier mujer periodista debe escoger qué faceta quiere priorizar, si la faceta familiar o la profesional. Yo siempre he tenido claro que siempre iba a priorizar mi faceta como madre. La profesión de periodismo requiere muchas horas y muchos sacrificios y estoy segura de que he dejado escapar muchas cosas que me hubiesen servido para mejorar mi trayectoria profesional por mantener mi faceta como madre.

Creo que he tenido mucha suerte con los hombres que me ha tocado trabajar cuando ocupaba cargos directivos, ya que han entendido lo difícil que resulta

conciliar mi vida familiar con mi vida profesional. Es cierto que eran otros años. Desde los 2007 hasta el 2011-2012 se produjo un cambio de mentalidad de los hombres que pasaron a entender y apoyar la conciliación laboral con la familiar y también en las mujeres que lucharon para que ese proceso tuviese lugar de la manera más fácil posible. Coincidiendo con una medidas gubernamentales dirigidas a visualizar la importancia de la conciliación. Era una época en que estaba muy mal visto que se formase un equipo directivo y que no hubiese presencia femenina.

A partir de 2011-2012, causado, posiblemente por la crisis económica que sufría España en ese momento se produjo un retroceso. Es constatable que en los medios de comunicación locales durante la época de esplendor económico se produjo un notable incremento de mujeres en los puestos directivos porque había hombres que se iban a trabajar a otros medios.

Actualmente esto va a peor. Lo que sí que es cierto es que el 8 de marzo, con la huelga de mujeres se produjo un punto de inflexión pero aún queda mucho camino para superar el machismo existente en las sociedades actuales y como consecuencia en el periodismo. Porque no debemos olvidar que el Periodismo es un reflejo de la sociedad actual y si este es machista y desigualitaria en tema de igualdad de géneros entre hombres y mujeres, en las redacciones y en las direcciones también estará patente esa divergencia entre géneros.

Opinión hechas por los hombres

La hegemonía del hombre en los ámbitos opinativos está provocado por dos aspectos. El primero es que la mujer no está dispuesta a todo por su trabajo. Y por otro lado, participar en espacios de opinión, asistiendo a las tertulias o haciendo un artículo de opinión para un diario, requiere sobre esfuerzo que muchas mujeres no están dispuesta hacer por temas de conciliación. Cuando estaba en puestos directivos me costaba mucho encontrar a mujeres que quisieran o pudieran venir por temas de conciliación. Además una vez que me puse en contacto con una mujer para que vienes como tertuliana pero se negó a venir alegando que ella no tenía el conocimiento necesario para poder opinar

de todo y me pareció revelador porque para hablar sobre una cosa primero debes saber mucho de ello sino es imposible.

La radio es el medio de comunicación más conservador y le cuesta muchísimo romper las rutinas de producción. Por ello veo un gran avance en que algunas emisoras de radio como LA SER, que es la emisora más escuchada de España, haya apostado por una mujer para que dirija un programa informativo por la mañana. Es un cambio muy significativo ya que estos espacios informativos en esta franja horaria estaban y aún siguen estando destinados, excluyendo a LA SER y a Catalunya Ràdio, a ser dirigidos por hombres.

Uno de los grandes problemas por los cuales las mujeres no ocupan puestos directivos en los medios de comunicación es la conciliación. Ocupar cargos de tanta responsabilidad conlleva dedicarle muchas horas que muchas periodistas no están dispuestas a dedicarles porque priorizan su faceta familiar por encima de la de la laboral.

Creo que las periodistas dejamos de competir por ascender en el momento en que nos convertimos en madres. Es en ese momento en el que se produce una desaceleración en tu carrera profesional porque te planteas temas de conciliación que te impiden dedicarle más tiempo a tu trabajo porque ya tienes otras obligaciones, en este caso familiares.

En España, durante la época de la transición, han habido muchísimas mujeres que han sacrificado ser madres o formar una familia por su carrera periodística y luego se las ha tratado fatal. Muchas de esas mujeres se han visto en la calle, a causa de los números ERES que se han producido en diferentes medios de comunicación y eso es muy injusto. Afortunadamente luego esas mujeres han vuelto a ser contratadas.

La solución para que realmente no existan problemas de conciliación empieza con los hombres aceptando que ellos también deben dedicarle tiempo a sus hijos, se tiene que producir ese cambio de mentalidad. Y creo que poco a poco se está produciendo en la sociedad periodística actual con las nuevas

generaciones. Hasta que los hombres no logren entender que la parcela familiar es tan importante como la laboral no estaremos compitiendo en igualdad de condiciones.

En España la mujer periodista que decide trabajar en televisión lo tiene muy difícil a partir de los 40 años. Es muy habitual que nos encontremos a hombres de edades avanzadas presentando informativos en televisión pero es muy extraño que nos encontremos con alguna mujer. En cambio en Estados Unidos eso no sucede. Creo que nos queda un camino muy largo para lograr cambiar eso. Porque las mujeres en la televisión española no cumplen un rol de sabiduría, que es el que aporta un presentador de más de 40 años. Y eso es algo que debemos cambiar pero alguna cadena televisiva que sea la primera en hacerlo.

En el ámbito de los medios de comunicación públicos, que es donde he ejercido como periodista, las mujeres y los hombre cobran lo mismo por hacer el mismo trabajo. En el caso de los medios de comunicación privados lo desconozco.

En los países nórdicos los hombres son los que deciden que no quieren descuidar su dedicación familiar por dedicarle más horas a la laboral y ese cambio de mentalidad que en España es prácticamente inexistente, se ha conseguido a través de leyes que fomentaban esa integración.

7. Entrevista transcrita a Isabel Muntaner

Las mujeres periodistas lo tiene muy difícil porque tienen que romper ese techo de cristal del que no disponen sus compañeros, una discriminación laboral. que cuesta mucho romper porque los directivos o altos cargos de los medios de comunicación están formados por hombres que no quieren cambiar esa situación de discriminación laboral y finalmente porque hay una tradición socialmente aceptada que dictamina que la mujer debe hacerse cargo de los hijos y de la casa. Si todo esto lo juntas pues se origina una serie de

dificultades a las que se tienen que enfrentar diariamente las mujeres periodistas.

Para Muntaner, una manera de cambiar esta situación de desigualdad es hacer un periodismo feminista. Para ella, el feminismo es una ideología que permite hacer un periodismo de calidad pero orientado a la igualdad y a la mujer. Actualmente, algunas periodistas han decidido formar medios de comunicación feministas, ya que los grandes medios de comunicación no ponen de su parte para que haya periodismo feminista en sus medios, para combatir esta desigualdad o al menos plasmarla y transmitirla a la sociedad que consume esos medios de comunicación.

El poder siempre ha estado en manos de los hombres. Se considera que el hombre es mejor por lo que su opinión es mucho más importante. Históricamente y aun actualmente estamos en una sociedad patriarcal que se refleja en el periodismo, por eso a las mujeres les cuesta mucho llegar al poder.

Los hombres todavía ven como algo normal que la mayoría de puestos directivos están ocupados por ellos no ven que haya una desigualdad y eso también impide que se produzca una paridad. Ceder poder es muy difícil, ninguna revolución se ha ganado porque el que tenía poder ha cedido tener menos para conseguir una sociedad más igualitaria.

Todo cambio hacia la igualdad de géneros debe estar impulsado por una mujer feminista. Los hombres deben de jugar el papel de aliado y ayudar a que se produzcan cambios pero si queremos que haya más igualdad o una paridad de géneros en los medios de comunicación debemos poner a una mujer feminista en la dirección.

La huelga del 8 de marzo es un movimiento comparable al #Metoo, USA, o a Ni una menos, Latinoamérica. La revolución feminista es una realidad pero ahora hay que esperar para saber en qué desencadena esta lucha por la igualdad de géneros.

Los periodistas tenemos una función pedagógica que nunca deberíamos olvidar.

Históricamente las mujeres han estado relegadas a un ambiente más sentimental o emocional mientras que los hombres siempre han ocupados cargos de más responsabilidad y como el periodismo es un reflejo de la sociedad eso también ocurre en los medios de comunicación. Si analizamos los programas, sobretodo de televisión, dirigidos por una mujer nos encontramos con espacios donde puede haber información pero no es el género que más predomina ya que también hay contenidos de entretenimiento. Algo que no sucede con los hombres que están a cargo de programas más informativos. Con lo que volvemos a lo mismo, la figura del hombre históricamente ha tenido más poder por lo que tiene más relevancia en la sociedad y por consiguiente está a cargo de programas más “importantes”, más informativos, y la mujer como históricamente no se le ha permitido opinar de ciertos asuntos y siempre ha estado más involucrada en asuntos de “cotilleo” o “entretenimiento” dirige programas con este tipo de contenido más secundario o menos importante.

Los medios de comunicación contratan a hombres porque como no cogerán bajas de maternidad y no les ocasionarán tantas dificultades sus medios de comunicación funcionarán mejor. Algo que no es cierto, ya que se ha demostrado que los medios de comunicación donde todos son mujeres funcionan mucho mejor, también económicamente. Para cambiar esta mentalidad errónea es necesario tener una perspectiva de género igualitaria y esto solo se consigue con una educación óptima, que hasta el momento es inexistente ya que no hay ningún plan educativo orientado a esta igualdad de géneros actualmente en España.

Como periodistas podemos formar parte de esta revolución feminista pero para ello no hace falta hacer noticias o artículos dedicados exclusivamente a las mujeres. Es mucho más sencillo. Por ejemplo a la hora de hacer un reportaje y de buscar unas fuentes que aporten credibilidad a tu trabajo puedes utilizar a mujeres expertas o a la hora de hacer artículos de opinión, si estás a favor de esa igualdad buscarás que la opinión de las mujeres también esté presente. No

hace falta hacer una asignatura específica que te enseñe la importancia de la mujer en la sociedad, poco a poco y de manera transversal se pueden ir dando voz a las mujeres expertas, que las hay.

Las mujeres ocupan puesto de trabajos menos reconocidos socialmente y peor pagados, solo hay que analizar las direcciones de la mayoría de los medios de comunicación españoles, ocupados, en su gran mayoría, por hombres, y los puestos de productores, ocupados, en su gran mayoría por mujeres. Aunque es cierto que la manera de hacer periodismo está cambiando, Actualmente no se hace el mismo periodismo que en la España de 1980, donde era impensable que un movimiento como el feminismo ocupasen las portadas de los principales medios de comunicación en cambio ahora es normal que ocurra.

La mujer está cosificada en la televisión y solo hace falta consumir este medio para darte cuenta. Es muy difícil que te encuentre a una mujer periodista que supere los 50 y que este presentando un programa televisivo. En cambio sí que es habitual encontrarte a hombres periodistas de esta franja de edad porque socialmente la edad en los hombres está relacionada con mayor conocimiento y sabiduría. Lo que interesa de la mujer en la televisión es que sea joven, que no llegue a los 40, y que cumpla con los estereotipos de belleza.

Ahora está de moda hablar de la integración de la mujer y de la igualdad. Pero a la hora de la verdad las mujeres siguen cobrando menos por hacer le mismo trabajo que un hombre, sigue teniendo un papel secundario y socialmente vinculado con tareas familiares y no laborales y eso tiene que cambiar pero para que ese cambio tenga lugar las mujeres deben hacerse valer y no aceptar estas desigualdades.

Actualmente no se hace el mismo periodismo que en la España de 1980, donde era impensable que un movimiento como el feminismo ocupasen las portadas de los principales medios de comunicación en cambio ahora es normal que ocurra.

Experiencia Personal

A lo largo de mi carrera como periodista me he sentido discriminada por el simple hecho de ser mujer y por querer hacer un periodismo feminista, donde se traten temas conflictivos, como el aborto. Pero es más, no creo que haya ninguna mujer que no haya sido acosada sexualmente o discriminada por el simple hecho de ser mujer.

Nunca he tenido que escoger entre mi familia o mi labor como periodista. Pero sí que es cierto que es muy difícil compaginar ambas cosas.

Al capitalismo le va muy bien que la mujer esté destinada socialmente al cuidado de los hijos y de la casa mientras que los hombres trabajan y dedican su tiempo a aquello que les gusta laboralmente hablando. Si la mujer no dispone del tiempo necesario para cuidar a sus hijos se genera un sentimiento de culpabilidad en ellas que les frena en el ascenso laboral y eso también es beneficioso para la sociedad capitalista actual.

8. Entrevista transcrita a Neus Tomàs

Trayectoria profesional

Neus Tomás empezó en Cadena Ser, gracias a las becas que se conceden desde la emisora, y estuvo durante 7 años allí, 1 año en la emisora de Lleida y 6 en la de Barcelona encargándose de la información política. Después empezó en la Generalitat de Catalunya durante tres años, llevando la dirección de la oficina del portavoz y después empezó en el Periódico de Catalunya como redactora de política, un año en Madrid, después como jefa de política, la primera vez que había una mujer ocupando ese puesto de trabajo. Todo seguido fui directora adjunta, que también era la primera vez que había una mujer en ese puesto. Y actualmente lleva seis meses en el Diario.es como subdirectora del medio. Con lo que está muy acostumbrada a ser la única

mujer que ocupa puesto directivos en los medios en los que ha estado trabajando.

A mí ya no se me hace raro ocupar esos puestos directivos que tradicionalmente han estado ocupados por hombres. Pero la primera vez que me puse al cargo de todo el Periódico de Catalunya sí que lo fue porque todos los que estábamos en esa reunión decidiendo los temas que ocuparían la portada y cómo se estructuraría el diario eran hombres. Fue extraño, incluso algunos de los hombres que estaban en esa reunión y que llevaban ocupando puestos directivos desde hacía más de 20 años me confesaron que se le hacía muy raro ver a una mujer ocupando un cargo de tanta responsabilidad. Pero poco a poco ya no se te hace tan extraño ser la única o una de las pocas mujeres que están presentes en ese tipo de reuniones.

Una amiga mía, que también ocupa un cargo directivo importante en un medio de comunicación, me confesó que como mujeres periodistas debíamos renunciar a ser madres si queríamos ocupar puestos directivos en los medios de comunicación porque es imposible conciliar el ámbito profesional con el familiar por temas de horarios. Pero yo me negué a aceptarlo. Yo tengo un hijo y yo hice mi baja de maternidad. Es un error creer que tu decisión de ser madre te va a coartar tu proyección profesional como periodista. Es un traba que les juega en contra a las mujeres pero que aún sigue impregnada en la sociedad actual. Es cierto que muy posiblemente sí que haya renunciado a tener un segundo hijo porque tanto mi pareja como yo nos dedicamos al mundo de la comunicación, con lo que no tenemos un horario fijo y fácil para compaginar ambos ámbitos y tampoco tenemos unos abuelos o unos hermanos que nos puedan ayudar. Cuando tuve a mi hijo ya tenía 36 años, con lo que mi trayectoria profesional ya estaba encauzada pero nunca pensé que mi hijo me iba a condicionar en el trabajo. Lo que sí es cierto es que ya no viajo tanto o ahora que estoy entre Barcelona y Madrid si puedo coger el primer ave y luego último de vuelta a Barcelona para estar una horas con mi hijo lo hago y no me quedo en un hotel en Madrid. La normalidad sería que fuese igual de fácil tomar estas decisiones tanto para ellos como para nosotras. Lo importante es que no debemos de renunciar a una plaza por ser mujer y ser madre, si quieres

renunciar que sea porque no te interesa la plaza. Y para conseguirlo tiene que haber más mujeres dispuestas a no hacerlo.

Sí es difícil conciliar el ámbito laboral y el familiar pero es difícil para la mujer y también para el hombre. Es un trabajo, el de conciliación, que se debe realizar entre los dos. Evidentemente que no es fácil.

La manera de dirigir de una mujer es muy diferente a la de un hombre. Una mujer siempre intenta buscar la solución y no el problema aunque eso suponga hablar con más gente y dedicarle más tiempo. En cambio es más habitual escuchar a un hombre decir que esto se debe hacer así porque lo digo yo y ya está. Y esto sucede porque las mujeres empiezan desde abajo y van ascendiendo lo que les permite tener una capacidad mayor de escuchar a las personas que tienen menos “poder” o “importancia” pero que pueden aportar soluciones igual de válidas que las que puede sugerir una persona con más peso dentro del medio de comunicación. Nosotras no debemos aspirar a mandar como ellos, hay que mandar porque te has ganado el respeto de tu equipo porque sabes trabajar con ellos y porque eres merecedor de ocupar ese puesto directivo, siempre sabiendo que es cargo temporal. No me gusta generalizar pero a menudo dirigimos mejor que ellos.

No sé si es más fácil o más difícil acceder a puestos directivos si eres mujer porque el periodismo es una profesión donde se destaca y trabaja con el talento de cada profesional que se dedica a ello pero sí que es cierto que por el simple hecho de ser mujer ya escuchas ciertos comentarios como, nena o guapa, que no reciben tus compañeros varones. Frente a esas situaciones lo único que puedes hacer es decir que tu no llamas así y que por lo tanto que no se dirijan a ti de esa forma.

Sí que es cierto que en el diario.es he notado un cambio en la política interna del medio que lucha por la igualdad de géneros en todos los ámbitos del medio. También es cierto que yo venía del Periódico de Catalunya que está dirigido tradicionalmente por hombres y donde la presencia de la mujer en puesto directivos es inexistente. Pero es cierto que sí que he notado un cambio en las

nuevas generaciones porque están más acostumbrados a ver mandar a una mujer y no lo ven como una intromisión. Sin embargo todavía queda un largo camino para conseguir la igualdad en el Periodismo ya que es contradictorio que desde los medios de comunicación estemos sometiendo al escrutinio a políticos o personajes públicos para que luego esa paridad no se produzca en los medios.

En el Diario.es, que es el medio de comunicación en el que actualmente estoy trabajando, sí que he notado esa lucha por conseguir la paridad de géneros. Tiene un plan de paridad que determina que los trabajadores que desempeñen sus funciones en ese medio deben ser mitad hombres y mitad mujeres, como mínimo. Tiene un consejo de redacción y de administración igualitario. El diario.es se ha convertido en el único medio de comunicación en España que está interponiendo medidas firmes para conseguir ser un medio de comunicación igualitario.

La Ser, todo introducir cambios en parrilla de programación y situar, por primera vez en España, a una mujer en la dirección de los matinales en la radio de la emisora más escuchada de España, no ha conseguido introducir a las mujeres en puestos directivos y de poder dentro de la emisora. Los despachos de los altos ejecutivos de La Ser siguen estando ocupados por hombres.

Con el debate que se hizo en TV3 sobre Puigdemont el 15 de abril de 2018 se pudo comprobar la homogeneidad de hombres que ocupan los puestos directivos de los medios de comunicación españoles. De 8 altos cargos de los medios solo una era mujer. Todo y ser un reflejo de la sociedad actual española, una cadena de televisión pública no puede permitir que en un debate donde participan 8 personas solo haya una mujer. Si a la hora de preparar este debate descubres que la situación representativa no va a ser paritaria o intentas que vengan más mujeres que estén a cargo de puestos directivos en los medios de comunicación o planteas otro tipo de debate donde sí exista una paridad entre los tertulianos invitados.

Además en ese debate, la Esther Vera, actual directora del Diari Ara, alzó la voz para verbalizar una desigualdad que era más que evidente y uno de los tertulianos, en un intento de quitarle importancia a una situación totalmente disparataría e injusta, se excusó alegando que en su medio de comunicación había mujeres muy bien preparadas a lo que la Esther Vera la contestó que si eso era así cómo era posible que no estuviese ninguna de ellas en un puesto directivo si capacidad y preparación no les faltaba.

La mejor manera de contestar a estos comentarios misóginos es con hechos, demostrándoles que las mujeres están igual de preparadas para ocupar puestos directivos y que algunos medios de comunicación ya han apostado por las mujeres para su dirección y les está yendo muy bien. Porque de no hacerlo y callarte, esos comentarios pueden llegar a paralizarse.

Uno de los principales motivos por los que aunque el número de licenciadas en periodismos es mucho mayor que el de licenciados es la concepción social que se tiene actualmente de la familia. La figura del hombre está más liberada y no tan juzgada socialmente si decide dedicarle más tiempo al trabajo que a su familia pero en cambio la figura de la mujer está más ligada a las obligaciones familiares. Actualmente el camino de la conciliación es más difícil para nosotras que para ellos y para que esto cambie se tiene que producir un cambio social no solo un cambio en los medios. Mientras que las instituciones sigan convocando actos a las siete de la tarde, mientras que las entrevistas sigan realizándose a horas tardías, por motivos de prime time, las mujeres seguirán teniendo que elegir entre ver a su hijo o a su familia o seguir trabajando y deben asumir que la elección siempre va a estar ahí.

Muchas de las mujeres que se han licenciado en periodismo han decidido trabajar en gabinetes de prensa porque muchas veces el sueldo es incluso mejor que en algunos medios de comunicación y disponen de un horario que les permite conciliar con mucha más facilidad su vida familiar y su vida laboral. Disponen de fines de semanas, cuando acaba tu horario laboral no tienes que estar pendiente del móvil por si recibes una llamada o un correo de última hora con una noticia importante... Aunque también se debería comprobar si las que

ocupan altos cargos en gabinetes de comunicación disponen de este horario o tienen más dificultades, pero pese a que tengas más trabas el horario es mucho mejor del que dispones en un medio de comunicación.

Las mujeres tienen menos presencia en programas o secciones de opinión porque:

1. Dedicar más tiempo a informarse y a crearse una opinión sobre un tema determinado del que le dedica un hombre.
2. No están dispuestas a opinar de todo. En general, están más dispuestas a opinar sobre cualquier asunto los hombres que las mujeres. Puede ser que esto sea porque ellos están más acostumbrados a hacerlo y las mujeres sean más analíticas.
3. Muchas veces cuando tú demandas a un experto en cualquier materia, ya sea en el campo jurídico, en el científico, en el educativo, a cualquier institución lo primero que te ofrecen es la voz de un experto no de una experta. Por lo que si tú quieres la voz de una mujer experta debes de hacer un esfuerzo extra, necesario, para encontrarla porque por lo general no son las primeras en aparecer y no porque no existan.
4. Y luego la inmediatez con la que se requieren las piezas periodísticas actualmente también juega en contra de las mujeres. Porque si tu necesitas que te haga un artículo de opinión para que se publique mañana y se lo estás pidiendo a las siete de la tarde por lo general, y causado por la concepción social que otorga a la mujer el peso del ámbito familiar, el hombre tendrá muchas más facilidades para poder hacer que una mujer.

Pero como medios de comunicación tenemos la obligación de mostrar una información opinativa paritaria, y me consta que en el Periódico de Cataluña y en el Diario.es se está haciendo el esfuerzo para que las mujeres también opinen. Porque es evidente que existen mujeres economistas, juristas, científicas... pero cuesta encontrarlas

Me niego a pensar que las mujeres periodistas estén delegadas a los magazines y a un tipo de programas más de entretenimiento. Debemos cambiar esa concepción de que los periodistas deben hacer deportes y las periodistas deben hacer la sección de gente. Y que las pocas mujeres que se encargan de las informaciones deportivas lo hagan porque son monas y van con escote, y porque son un busto andante y parlante. El ámbito deportivo es un terreno donde las mujeres todavía no han acabado de entrar, todo y que hay mujeres periodistas, muy pocas por desgracia, siguiendo la actualidad deportiva de un club. Es muy extraño encontrarte a una mujer en las tertulias televisivas o radiofónicas dedicadas sobre todo al fútbol. Pero esto sucede porque tradicionalmente el deporte se ha asociado al fútbol y el fútbol a los hombres y a la testosterona y cambiar eso es muy complicado. Nunca he entendido porque una periodista que va a comentar un partido de fútbol debe de ir prácticamente desnuda pero ahí también nos tenemos que plantar las periodistas y negarnos a ser tratadas de esa manera. Es decir si a ti te gusta ir vestida así perfecto pero sí se te está obligando a llevar ese tipo de ropa por algún motivo que no tiene nada que ver con la información que estás dando, no lo puedes permitir. Si la periodista que está ocupando ese puesto de trabajo lo está haciendo por su escote tenemos un problema pero la mujer periodista debe alzar la voz contra esas situaciones totalmente inaceptables.

Para conseguir que las mujeres que están trabajando en unas secciones que en su mayoría están ocupadas por hombres desempeñen el mismo trabajos que sus compañeros se debe poner a mujer en cargos directivos para que sean ellas las que impartan esta igualdad que muchas veces sus compañeros directivos hombres no están dispuestos a otorgar.

Importancia del peso social de la concepción de la mujer en el ámbito familiar

Si las mujeres ocupasen los puestos directivos de los medios de comunicación la manera de tractar la información cambiaría. Por ejemplo, si a Mundo Deportivo en la televisión digital estuviese una mujer en la dirección no se estaría publicando todos los días informaciones sobre las novias, mujeres o

amantes de los futbolistas, a cual con menos ropa. No me puedo imaginar a una mujer haciendo este tipo de informaciones permanentemente. Puede pasar que un día se te escape pero es que son todos los días, con lo que no es un error es una manera de no sé bien bien qué porque lo que sí tengo claro es que esas “informaciones” no son periodismo.

Para aumentar ese 11% de cargos directivos de medios de comunicación en España ocupados por mujeres debemos empezar a creer que cualquier mujer periodista puede llegar a ocupar ese cargo directivo. En el caso de que te ofrezcan para ocupar ese cargo pensar que puedes hacerlo y tercero tener claro que necesitamos más mujeres y que por lo tanto tú puedes ser una de ellas.

A mi una vez un director de un medio de comunicación importante en España me dijo que de pequeño quería ser director y yo le contesté que yo de pequeña quería ser periodista. Y creo que ahí está la clave, nosotras también podemos soñar con ser directoras de los medios de comunicación y luego llegar a serlo porque aunque nunca me imaginé que iba a ser subdirectora de un medio de comunicación ahora lo soy. Lo que también implica que si un hombre puede ocuparse de su trabajo y de su familia, una mujer también puede hacerlo.

Las nuevas generaciones ya ven como algo normal que sus madres trabajen y que no tengan un horario que les permite recogerlos del colegio todos los días. Por lo que ese cambio de concepción del rol de la mujer está cambiando en la sociedad actual.

Brecha salarial

En una entrevista con un empresario donde se hablaba de la igualdad salarial me encontré con el razonamiento más que equivocado del empresario para justificar esta distinción salarial. Para este empresario se debía bajar el sueldo a los hombres para que así tanto hombres como mujeres cobrasen lo mismo, provocando una recesión económica en el país. que existiese una paridad salarial. Yo le contesté que los sueldos también se podían equiparar por lo alto

y que si quería justificar la brecha salarial entre hombres y mujeres de esa manera era un gran error porque realmente la realidad no era como él estaba intentando explicar.

Para conseguir acabar con la brecha salarial entre hombres y mujeres se debe implicar el gobierno de un país. A través de leyes que fomenten esta igualdad se puede conseguir que se haga realidad. En España, teóricamente se puede denunciar si has comprobado que estás cobrando menos que tu compañero por hacer el mismo trabajo que él. Aunque la realidad sea que si el medio que has denunciado se entera de la denuncia y te amenaza con echarte o con otras medias pues al final acabas desistiendo y olvidándote de ese asunto. Yo alguna vez he pensado que cobraba menos que un compañero por hacer el mismo trabajo pero nunca lo he comprobado y debería haberlo hecho. La única manera de erradicar la brecha salarial es obligando a los medios de comunicación a pagar lo mismo tanto a hombres como a mujeres mediante una ley.

8 de marzo

El 8 de marzo ha supuesto un punto de inflexión porque mucha gente que no tenía consciencia de la magnitud del problema vió como muchas mujeres, y en este caso muchas periodistas, decidieron parar para visualizar un problema que debe cambiar. Pero ahora tenemos que seguir luchando para conseguir una igualdad real entre hombres y mujeres.

9. Autorización de derechos para utilizar declaraciones de las entrevistas y compromiso de obra original.